



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA
PARA DIFUNDIR PROGRAMAS DE
ADAPTACION DE ADULTOS MAYORES EN LA
FUNDACIÓN ALIANZA

PROPUESTA:

CREACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA
PARA LA FUNDACIÓN "ALIANZA"

AUTORA:

CARLA FERNANDA LÓPEZ GÓMEZ

PROMOCIÓN

2023 – 2024

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

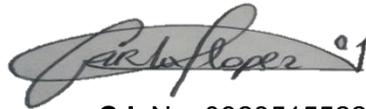
FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Estrategia de comunicación interna para difundir programas de adaptación de adultos mayores en la FUNDACIÓN ALIANZA		
AUTORA:	López Gómez Carla Fernanda		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES):	Arq. Torres Llerena William Fernando		
INSTITUCIÓN:	Universidad de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Comunicación Social		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Ciencias de la Comunicación		
GRADO OBTENIDO:	Licenciatura en Comunicación		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	2023	No. DE PÁGINAS:	
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comunicación y nuevas tecnologías		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Comunicación interna, técnicas, plan de comunicación, estrategias		
RESUMEN	<p>El propósito de este proyecto fue conocer cómo se gestiona la comunicación interna de la Fundación Alianza Río Guayas, y cómo la gestionan sus administradores. En la encuesta de campo se consideró como población de estudio a todos los empleados y sus directores. Las técnicas utilizadas para la recolección de datos fueron las preguntas y entrevistas más utilizadas en todos los trabajos de investigación. Los cuestionarios se utilizan como medio de recogida de datos y utilizan un formato subjetivo basado en criterios de evaluación, es decir, las opiniones clave de los encuestados. Los resultados obtenidos tras la agregación y el análisis contribuyeron significativamente a la formulación de una propuesta que constituyó el plan estratégico de comunicación interna de la Fundación. El plan considera el aspecto de la comunicación visual, la elaboración de elementos gráficos y visuales que influyan intrínsecamente a la comunicación entre los empleados dentro de la Fundación Alianza.</p>		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO	
CONTACTO CON AUTORA:	Teléfono: 099-423-7118	E-mail: carla.lopezq@ug.edu.ec	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Arq. William Fernando Torres Llerena.		
	Teléfono: 099-919-2773		
	E-mail: william.torresll@ug.edu.ec		

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN**

**ANEXO XIII. - LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO COMERCIAL DE LA OBRA CON
FINES NO ACADÉMICOS**

Yo, López Gómez Carla Fernanda con C. I. No. 0923515522, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es Estrategia de comunicación interna para difundir programas de adaptación de adultos mayores en la fundación alianza, son de mi absoluta propiedad y responsabilidad, en conformidad al Artículo 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, autorizo/amo la utilización de una licencia gratuita intransferible, para el uso no comercial de la presente obra a favor de la Universidad de Guayaquil.



C.I. No: 0923515522

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic. /2016)

Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos - En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.

ANEXO VI. - CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado William Fernando Torres Llerena, tutor del trabajo de integración curricular certifico que el presente trabajo ha sido elaborado por López Gómez Carla Fernanda, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciada en Comunicación.

Se informa que el trabajo de integración curricular: ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA DIFUNDIR PROGRAMAS DE ADAPTACION DE ADULTOS MAYORES EN LA FUNDACIÓN ALIANZA, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa anti-plagio TURNITIN quedando el de coincidencia.



WILLIAM
FERNANDO

Firmado digitalmente por
WILLIAM FERNANDO
TORRES LLERENA

TORRES LLERENA

Fecha: 2023.08.16 22:00:55
-05'00'

Arq. William Fernando Torres Llerena MSc.
C.I.0904875721
Guayaquil, 16 de agosto del 2023

CARRERA DE COMUNICACIÓN
UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

**ANEXO VI. - CERTIFICADO DEL
DOCENTE-TUTOR DEL TRABAJO DE
INTEGRACIÓN CURRICULAR**

Guayaquil, 11 de agosto del 2023

Doctora
Alba Barreth González

**DIRECTORA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**

Ciudad. -
De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Integración Curricular "**Estrategia de comunicación interna para difundir programas de adaptación de adultos mayores en la FUNDACIÓN ALIANZA**" del estudiante **López Gómez Carla Fernanda**, indicando que ha cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- La estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que la estudiante está apta para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente, '

WILLIAM
FERNANDO

Firmado digitalmente por WILLIAM FERNANDO
TORRES LLERENA

Arq. William Fernando
Torres Llerena MSc.
C.I.0904875721
Guayaquil, 22 de agosto del 2023



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN
SOCIAL CARRERA DE
COMUNICACIÓN
UNIDAD DE TITULACIÓN**



CERTIFICADO DEL DOCENTE REVISOR

Guayaquil,
SRA. DRA. ALBA BARRET GONZÁLES, MSC.
DIRECTOR (A) DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad. –
De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la REVISIÓN FINAL del trabajo de integración curricular **“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA DIFUNDIR PROGRAMAS DE ADAPTACIÓN DE ADULTOS MAYORES EN LA FUNDACIÓN ALIANZA”** de la estudiante LÓPEZ GÓMEZ CARLA FERNANDA. Las gestiones realizadas me permiten indicar que el trabajo fue revisado considerando todos los parámetros establecidos en las normativas vigentes, en el cumplimiento de los siguientes aspectos:

Cumplimiento de requisitos de forma:

El título tiene un máximo de 16 palabras.

La memoria escrita se ajusta a la estructura establecida.

El documento se ajusta a las normas de escritura científica seleccionadas por la Facultad.

La investigación es pertinente con la línea y sublíneas de investigación de la carrera. Los soportes teóricos son de máximo 5 años.

La propuesta presentada es pertinente.

Cumplimiento con el Reglamento de Régimen Académico:

El trabajo es el resultado de una investigación.

El estudiante demuestra conocimiento profesional integral. El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.

El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se indica que fue revisado el certificado de porcentaje de similitud, la valoración del tutor, así como de las páginas preliminares solicitadas, lo cual indica que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos.

Una vez concluida esta revisión, considero que el estudiante está apto para continuar el proceso de integración curricular. Particular que comunicamos a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,
Ing. José Peñafiel Galarza
DOCENTE TUTOR REVISOR
C.I. 0915119556



JOSE JOAQUIN PENAFIEL GALARZA

ANEXO XII.- RESUMEN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR (ESPAÑOL)

FACULTAD COMUNICACIÓN SOCIAL CARRERA COMUNICACIÓN

“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA DIFUNDIR PROGRAMAS DE ADAPTACIÓN PARA ADULTOS MAYORES EN LA FUNDACIÓN ALIANZA”

Autor: Carla Fernanda López Gómez

Tutor: Arq. Torres Llerena William

Resumen

El propósito de este proyecto fue conocer cómo se gestiona la comunicación interna de la Fundación Alianza Río Guayas, y cómo la gestionan sus administradores. En la encuesta de campo se consideró como población de estudio a todos los empleados y sus directores. Las técnicas utilizadas para la recolección de datos fueron las preguntas y entrevistas más utilizadas en todos los trabajos de investigación. Los cuestionarios se utilizan como medio de recogida de datos y utilizan un formato subjetivo basado en criterios de evaluación, es decir, las opiniones clave de los encuestados. Los resultados obtenidos tras la agregación y el análisis contribuyeron significativamente a la formulación de una propuesta que constituyó el plan estratégico de comunicación interna de la Fundación. El plan considera el aspecto de la comunicación visual, la elaboración de elementos gráficos y visuales que influyan intrínsecamente a la comunicación entre los empleados dentro de la Fundación Alianza.

Palabras Claves: comunicación interna, técnicas, plan de comunicación, estrategias

ANEXO XIII.- RESUMEN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR (INGLÉS)

FACULTAD COMUNICACIÓN SOCIAL CARRERA COMUNICACIÓN

"INTERNAL COMMUNICATION STRATEGY TO DISSEMINATE ADAPTATION PROGRAMS FOR OLDER ADULTS AT THE ALLIANCE FOUNDATION"

Author: Carla Fernanda López Gómez

Tutor: Arch. Torres Llerena William

Abstract

The purpose of this project was to know how the internal communication of the Alianza Río Guayas Foundation is managed, and how its administrators manage it. In the field survey, all employees and their directors were considered as the study population. The techniques used for data collection were the most frequently used questions and interviews in all research papers. The questionnaires are used as a means of data collection and use a subjective format based on evaluation criteria, that is, the key opinions of the respondents. The results obtained after the aggregation and the analysis contributed significantly to the formulation of a proposal that constituted the strategic plan of internal communication of the Foundation. The plan considers the aspect of visual communication, the development of graphic and visual elements that intrinsically influence communication between employees within Fundación Alianza.

Keywords: Internal control, administrative audit, administration, billing and collection

YANA INZHIVOTKINA

Firmado digitalmente por YANAINZHIVOTKINA
Fecha: 2023.08.04 09:11:36 -05'00'



Dedicatoria

Quiero dedicar este paso tan importante en mi vida a la persona más importante y que me apoyo durante toda esta etapa mi mamá.

Una mujer fuerte que lo dio todo y no dejaste que me faltara nada, me trajiste aquí, me apoyaste y me llevaste por el camino correcto.

Nunca podré agradecerte todo lo que haces, y seguro que seguirás haciéndolo por mí.

Te amo mamá y gracias por ser tan maravillosa y por siempre colocar ante mí buenos ejemplos de trabajo, lucha y superación y porque constantemente concederme los medios necesarios para que pueda llevar a cabo cada uno de mis propósitos.

Agradecimiento

Dedico este trabajo de investigación a las fuentes inagotables de amor y apoyo en mi vida.

A DIOS, quien ha iluminado mi mente y fortalecido mi espíritu en cada paso de este viaje académico. Con gratitud, ofrezco este logro como un testimonio de su infinita sabiduría y bondad.

A mis padres, Angela y Eitel, cuyo amor incondicional y dedicación inquebrantable han sido mi fuente de inspiración y apoyo a lo largo de mi vida. Gracias por enseñarme el valor del esfuerzo y la perseverancia, y por creer en mi en cada etapa de mi educación.

A mis queridos hijos: Nathalia, Johnny y Samuel que me brindaron su apoyo y motivaron a seguir adelante para cumplir este sueño.

A mi tutor Arq. William Torres por su aporte y conocimiento que me ha permitido creer tanto en este trabajo de investigación como en mi vida profesional.

A cada uno de mis docentes de cada semestre por su paciencia, dedicación y disposición para brindarme todos sus conocimientos, lo que me permitió desarrollar mi carrera.

Contenido

<u>CAPÍTULO I</u>	17
<u>1. Planteamiento del Problema</u>	17
<u>1.1. Ubicación del problema en su contexto</u>	20
<u>1.1. Situación conflicto</u>	22
<u>1.2. Causas y consecuencias</u>	23
<u>1.3. Delimitación</u>	23
<u>1.4. Formulación y sistematización del problema</u>	24
<u>1.5 Evaluación del problema</u>	24
<u>1.6 Objetivos</u>	25
<u>1.6.1 Objetivo general</u>	25
<u>1.6.2 Objetivos Específicos</u>	25
<u>1.7 Preguntas de Investigación</u>	26
<u>1.8 Justificación</u>	26
<u>CAPÍTULO II</u>	28
<u>2. Marco Teórico</u>	28
<u>2.1. La Comunicación</u>	28
<u>2.1.1. Elementos de la comunicación</u>	30
<u>2.1.2. Objetivos de comunicación</u>	31
<u>2.1.3. La comunicación Interna</u>	31
<u>2.1.4. Importancia de comunicación interna</u>	33
<u>2.1.5. Estrategias de comunicación interna</u>	34
<u>2.1.6. Comunicación Estratégica</u>	36
<u>2.2. Antecedentes de la investigación</u>	37
<u>2.3. Marco Contextual</u>	40
<u>CAPÍTULO III</u>	42
<u>3. Metodología</u>	42
<u>3.1 Diseño de la Investigación</u>	42
<u>3.1. Tipo de Investigación</u>	43
<u>3.1.1. Investigación Exploratoria</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>3.1. Tipo de Investigación</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>3.1.1. Investigación Exploratoria</u>	43
<u>3.1.2. Investigación Diagnóstica</u>	44
<u>3.1.1. Investigación Aplicada</u>	45
<u>3.1.2. Investigación de Campo</u>	45
<u>3.1.3. Investigación Documental</u>	46
<u>3.2. Población y Muestra</u>	46

3.2.1.	<u>Población</u>	46
3.2.2	<u>MUESTRA</u>	48
3.3.	<u>Métodos</u>	48
3.3.1.	<u>Método Inductivo</u>	48
3.4.2.	<u>Método deductivo</u>	49
3.4.	<u>Técnicas</u>	49
3.4.1.	<u>La Encuesta</u>	49
3.4.2.	<u>La Entrevista</u>	50
3.5.	<u>Instrumento de la Investigación</u>	50
3.6.	<u>Procedimiento de la investigación</u>	51
3.7.	<u>Recolección de la información</u>	52
3.8.	<u>Análisis de los resultados de los instrumentos aplicados</u>	52
3.8.1.	<u>Tablas y Figuras</u>	52
	Tabla 10:	62
	<u>Figura 9: Efectividad de los canales de comunicación interna en la Fundación</u>	63
	Tabla 11: Necesidad de un plan de comunicación para la Fundación “Alianza Rio Guayas”	63
	<u>Figura 10: Necesidad de un plan de comunicación para la Fundación “Alianza Rio Guayas”</u>	64
3.9.	<u>Discusión de los resultados</u>	65
3.10.	<u>Respuestas a las interrogantes de la investigación</u>	67
	<u>CAPÍTULO IV</u>	69
	<u>Propuesta, Descripción del proyecto</u>	69
4.1.	<u>Título de la Propuesta</u>	69
4.2.	<u>Justificación</u>	69
4.3.	<u>Fundamentación</u>	70
4.4.	<u>Objetivos</u>	71
4.4.1.	<u>Objetivo General</u>	71
4.4.2.	<u>Objetivos Específicos</u>	71
4.5.	<u>Importancia</u>	72
4.6	<u>Ubicación sectorial y física</u>	73
	<u>Figura 11. Ubicación sectorial de la Fundación Alianza Rio GuayasFuente:</u>	
	http://wikimapia.org	73
4.6.1	<u>Factibilidad</u>	73
4.7	<u>Alcances</u>	74
4.8	<u>Descripción del usuario o beneficiario</u>	75
4.8.1	<u>Datos informativos</u>	75
4.9	<u>Etapas de Desarrollo</u>	76

<u>4.9.1</u>	<u>Análisis del uso de los canales de comunicación interna de laFundación</u>	
		76
<u>4.9.2</u>	<u>Nuevos canales de comunicación</u>	77
<u>4.10</u>	<u>Cronograma para el desarrollo de la propuesta</u>	79
	<u>Tabla 12:</u>	80
<u>4.10.1</u>	<u>Especificaciones Funcionales</u>	80
<u>4.10.2</u>	<u>Cartelera Informativa</u>	80
	<u>Figura 12: Cartel</u>	82
<u>4.10.3</u>	<u>De los elementos visuales con infraestructura existente</u>	83
	<u>Figura 13: Fondos de pantallas”</u>	83
<u>4.10.4</u>	<u>Del material informativo digital</u>	84
<u>4.10.5</u>	<u>De los diseños corporativos</u>	84
<u>4.10.5.1</u>	<u>Logotipo o imago tipo</u>	84
	<u>Figura 16: Imagen de la Fundación “Alianza Rio Guayas”</u>	84
<u>4.10.5.2</u>	<u>Colores corporativos</u>	86
	<u>Figura 17: Colores corporativos de la imagen de la Fundación</u>	86
<u>4.10.5.3</u>	<u>Tipografía</u>	87
	<u>Figura 18: Tipografías primarias y secundarias a utilizar</u>	87
	<u>Figura 19: Estructura técnica para la lectura de la cartelera</u>	88
	<u>Figura 20: Estructura técnica de cartelera modelo 1 en medidas</u>	88
	<u>Figura 21: Estructura técnica de cartelera modelo 1</u>	89
	<u>Figura 22: Estructura técnica para placas de Misión</u>	89
	<u>Figura 23: Diagramación del Fanpage para la Fundación</u>	90
	<u>Figura 24: Diagramación de tríptico</u>	90
	<u>Figura 25: Estructura técnica del Banner corporativo</u>	91
	<u>Figura 26: Estructura técnica del Banner corporativo externo paraElaborado por: Lourdes Ramos Bernardino</u>	92
	<u>Figura 27: Estructura técnica para protectores de pantallas</u>	92
<u>4.12</u>	<u>Especificaciones de implementación</u>	93
<u>4.12.1</u>	<u>Ubicación de cartelera informativa</u>	93
	<u>Figura 28: Implementación de cartelera ubicación 1</u>	93
<u>4.12.2</u>	<u>Placa Misión-Visión</u>	94
	<u>Figura 30: Vista de placa para Msión y Visión de la</u>	94
<u>4.12.3</u>	<u>Ubicación de la placa Misión-Visión</u>	95
	<u>Figura 31: Implementación de placa Misión - visión</u>	95
<u>4.12.4</u>	<u>Ubicación Banner en exteriores</u>	96
	<u>Figura 32: Implementación de banner corporativo para exteriores en fachada</u>	96
<u>4.12.5</u>	<u>Ubicación Banner interior</u>	97

<u>Figura 33: Vista de Banner Corporativo para interior</u>	97
4.12.6 Tríptico informativo	98
<u>Figura 37: Diseño de Tríptico en Illustrator</u>	98
<u>Figura 38: Tríptico lado exterior</u>	98
<u>Figura 39: Tríptico lado interior</u>	99
4.12.7 Presupuesto	99
<u>Tabla 13:</u>	99
5. CONCLUSIONES	100
6. RECOMENDACIONES	101
<u>Bibliografía</u>	103

INTRODUCCIÓN

La comunicación interna siempre ha sido considerada una de las debilidades de las organizaciones gestionadas de forma autónoma, es decir, organizaciones que se gestionan sin apoyo gubernamental, como las ONG o fundaciones, ya sean públicas o privadas.

Son estas instituciones las que nos dan el nivel de importancia de lo que la comunicación organizacional como herramienta de planificación estratégica y la forma en que se deben aplicar las políticas internas y el logro de los objetivos propuestos en los plazos determinados lleguen eficientemente a sus públicos.

La buena comunicación interna de toda organización se basa en la eficiencia de la gestión de sus principales quienes deben poseer esas cualidades para hacer frente a los retos propuestos y la cual implica poner en práctica las cualidades personales, una auto exigencia para lograr el éxito de la institución de la que está al frente.

Para la fundación Alianza Rio Guayas, es necesario e imperiosa la práctica de estrategias de comunicación interna permanente, por el rol que **Investigación de Campo Investigación de Campo** cumple ante su público objetivo y los alcances que tienen los resultados de los proyectos que practican en la actualidad y donde los logros obtenidos benefician tanto a la institución como a los adultos mayores que son parte de estas actividades.

Son mínimas las organizaciones e instituciones que valoran la incidencia que

tienen la comunicación interna y el trabajo en equipo como parte del compromiso con la colectividad.

Toda institución requiere de una imperiosa forma de organizarse y de comunicarse con su entorno, pese a esto, gran parte de las instituciones tienen inconveniente con sus colaboradores o clientes internos, debido a la inconformidad en que diversas de sus actividades o responsabilidades no son bien llevadas debido a sinnúmero de razones entre las que predominan, la falta de liderazgo, carencia de planes estratégicos comunicacionales, desmotivación lo que hace que el trabajo se torne deficiente y con esto el incumplimiento de los objetivos y retraso en los tiempos de respuestas.

Es imperante una eficiente gestión comunicacional al interno de la institución para alcanzar logros, objetivos y resultados. Por tal motivo, la comunicación interna es pilar fundamental para quienes son parte de la institución y establecer un clima laboral eficiente que permite a todos los involucrados ser parte de la mejora continua en las diferentes actividades de la organización.

CAPÍTULO I

1. Planteamiento del Problema

En el Ecuador a las personas mayores de 65 años se las considera como ancianos, siendo esta terminología estimada discriminatoria lo que daba lugar a que se aclarara como personas que no podían ejercer actividad alguna.

Por lo cual la Constitución de la República del Ecuador, le da el espacio a este grupo de personas consideradas de la tercera edad, como adultos mayores y quienes han adquirido experiencias a lo largo de su vida.

La propia Constitución de la República del Ecuador en vigencia en el Art.36, hace énfasis en la prioridad que se le debe dar a las personas adultos mayores en todos los campos de inclusión social, económica y de protección. (Asamblea Constituyente, 2008).

El proyecto articula lo que dice la secretaria nacional de Planificación (SENPLADES), a través de los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV) y el cual establece en el objetivo 2, es auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial en la diversidad. (PNBV, 2013).

Quiere decir, que se debe reconocer lo igualitario de los derechos de todas las personas, lo que implica consolidar las políticas de igualdad para evitar la

exclusión y con esto fomentar la perfecta convivencia social. Es evidente el desafío para avanzar hacia la plena igualdad, sin exclusión, lograr una vida digna, con acceso a todos los servicios de salud, educación, protección social, atención especializada.

Así mismo, el proyecto articula con el objetivo 3 y tiene que ver con mejorar la calidad de vida de la población, al igual que el objetivo 2, es uno que tiene el estado y sus políticas, pues este grupo de personas adultos mayores son parte de la población.

Las Estrategias de Comunicación Interna es el elemento motivador de los miembros de la fundación, lo que potencia el sentido de pertenencia y cumplir los objetivos que promueve como es la promoción de programas y servicios de desarrollo integral.

La comunicación se ha convertido en una herramienta muy indispensable a la hora de realizar alguna actividad, esto se puede evidenciar en las instituciones que con el transcurso del tiempo necesitan de procesos de comunicación formales y organizados para poder contribuir con los objetivos de una organización.

La comunicación interna juega un papel muy importante en el flujo de mensajes entre los miembros de la organización, esto va a influir en las actitudes y opiniones del personal de la Fundación.

La mayoría de los problemas en las distribuciones se origina por una mala comunicación, esto genera conflictos y situaciones que dañan la eficiencia, la productividad y el clima laboral, el no resolver a tiempo dichos problemas producen serios inconvenientes y terminan por alterar las metas u objetivos de la organización.

En el año 2014 la Fundación Alianzas Rio Guayas decidió crear programas que ayuden al adulto mayor a estar activos y saludables y se encarga de promover actividades que ayudan a mejorar la calidad de vida de los adultos mayores, enfatizando en la coordinación, ejecución de programas recreativos y culturales como paseos (locales – regionales), seminarios, conferencias, festivales musicales, talleres y actividades deportivas.

La Fundación “Alianza Rio Guayas” tiene como ámbito de acción proponer y ejecutar programas y servicios direccionados para la inclusión económica y social, con énfasis en los grupos de atención prioritaria como son los adultos mayores que se encuentra en situación de pobreza y vulneración, promoviendo el desarrollo y cuidado. La movilidad social ascendente y fortaleciendo a la economía popular y solidaria.

Para la fundación urge la necesidad de contar con un adecuado material informativo que permita difundir las actividades que son parte del accionar que como institución deben cumplir en los programas de Inserción del Adulto mayor de la Fundación Alianza Rio Guayas.

1.1. Ubicación del problema en su contexto

Corresponde estrictamente a lo que comunicación interna de una organizacional respecta, la comunicación es la forma directa para el intercambio de propuestas, ideas y recomendaciones que sirvan para su aplicación eficiente conocimientos.

Los canales de comunicación se convierten en el vínculo para toda la información al interior de la institución fluya y con esto mantener informado a los colaboradores de la organización de una manera ordenada.

En contexto a nivel mundial, los Estados Unidos como uno de los países promotores de la libertad de la información, partiendo desde la comunicación pública y con ello la opinión de las personas aprovechando la apertura de los medios de comunicación e información y el reconocimiento del espacio que deben tener las personas de expresar sus criterios de forma libre y espontánea.

Para ello, es importante la transformación que han tenido los medios para la difusión de las formas de pensar y las críticas a aquellos que están al frente y son líderes de las organizaciones en donde se aplicaba de forma rústica las formas de poder comunicarse entre trabajadores y colaboradores. Con esto la práctica en cuanto a comunicación organizacional, ha sido iniciativa de las organizaciones privadas en mayor escala que las entidades u organizaciones públicas.

Por lo tanto, la práctica de la comunicación interna en las organizaciones permite crear los espacios a nivel de relaciones públicas y con esto mayor incidencia de las personas que forman parte de dicha regulación para exponer las diferentes formas de hacer llegar los mensajes.

Al interior de toda formación o institución, los espacios para la comunicación debe ser el eje fundamental para la armonía y correcta imagen de quienes llevan las riendas como son los líderes apoyados por su personal colaborador. Al tener en cuenta lo fundamental que es la comunicación interna, es importante saber la forma en que se las debe aplicar.

La comunicación interna a nivel de Latinoamérica corresponde a las diferentes escuelas con las que se han referenciado todas las organizaciones, en los países que la conforman. La forma en que se desarrolla es una manera mecánica y que se fundamenta en la forma de transmitir el mensaje y la recepción del mismo a través de los canales de comunicación respectivos y apropiados.

Se puede decir entonces que, gran parte de quienes son líderes de toda organización o institución, como es el caso de los gerentes, comprenden que la forma de comunicar y de llegar a su gente es crucial para el cumplimiento de los objetivos trazados como parte de las estrategias planificadas con los grupos de confianza.

Por lo tanto, urge la necesidad que los gerentes sean profesionales y al

mismo tiempo dentro de su profesión esté la parte que corresponde a la comunicación social. Esto garantiza que quienes están al frente de las organizaciones deben asumir responsabilidades y la capacidad para dar disposiciones a sus colaboradores internos.

En Ecuador, existe una gran demanda de comunicadores con formación profesional, específicamente en lo que respecta a comunicación social, porque esto permite que las empresas puedan contar con líderes en todos los niveles, sea en instituciones públicas o privadas, instituciones sociales, organizaciones sin fines de lucro o fundaciones.

1.1. Situación conflicto

Radica en la carencia de medios comunicacionales o canales de comunicación directos y eficientes que permitan a los colaboradores de la institución un clima laboral idóneo basados en una eficiente comunicación interna y así poder recursos e infraestructura física de forma eficiente.

La falta de un plan estratégico de comunicación interna es una de las razones por la que no se maneje con fluidez la comunicación entre colaboradores y autoridades. Al ser una institución de carácter social, en donde mayormente se pone en práctica las relaciones públicas y la buena transmisión de los trabajos que realiza la Fundación en beneficio de los adultos mayores que son la razón de ser de la institución.

Al no contar con elementos comunicacionales de difusión, las actividades son monótonas, pocas ideas creativas para participar en los trabajos con los adultos mayores y la poca colaboración del público externos.

1.2. Causas y consecuencias

Tabla 1: *Causas y consecuencias*

Escasa aplicación de comunicación interna.	Tiempos de respuestas limitados a peticiones.
Limitados recursos comunicacionales.	Desinformación a públicos externos.
Deficiente planificación de estrategias comunicacionales.	Incumplimiento de los objetivos trazados.
Bajo nivel de dirección en la gestión comunicacional.	Deficiencia en la aplicación de los programas en beneficio de los adultos mayores.

1.3. Delimitación

Campo: Comunicación interna en Fundación.

Área: [OBJ]Diseño gráfico

Aspecto: Plan comunicacional para fortalecer la comunicación interna en la Fundación Alianza Rio Guayas.

Tema: [OBJ] La estrategia de comunicación interna para la difusión de programas de inserción del adulto mayor en la fundación Alianza Rio Guayas.

1.4. Formulación y sistematización del problema

¿Cómo inciden las estrategias de comunicación interna en la Fundación Alianza Rio Guayas para la difusión de programas de inserción del adulto mayor?

1.5 Evaluación del problema

Delimitado: la investigación está basado en la solución de un problema presentado en la Fundación Alianza Rio Guayas de la ciudad de Guayaquil, y es la carencia de estrategias de comunicación interna y su aplicación, para que el público objetivo, tenga claro que, con una correcta comunicación interna, los programas de inserción en beneficio del adulto mayor sean transmitido con eficiencia, siempre al cuidado de la imagen institucional.

Claro: Tanto el problema como la solución han sido redactados de una forma detallada, donde su escritura, así como la lectura puedan ser fáciles para su comprensión.

Evidente: La problemática detallada en el presente documento, es clara precisa y observable.

Concreto: Porque la forma en que se han hecho los planteamientos son precisos y directos.

Relevante: Tanto el problema como la solución son relevantes en lo comunicacional y en el aspecto social, porque es un soporte para la Fundación en contar con herramientas eficientes como canales de comunicación.

Original: El tema es auténtico y a la vez novedoso, y su enfoque con los elementos diseñados para su aplicación son elementos diferenciadores de

otros trabajos de investigación planteados.

Contextual: Corresponde a una práctica en el desarrollo de las actividades de la Fundación y cuyo público se merece toda la atención por ser de carácter social y se concentra en estrategias de comunicación interna.

Factible: Porque la solución al problema es a corto plazo, es decir, en tiempo, recursos necesarios y porque su implementación en el aspecto económico es viable.

Identifica los productos esperados: Porque su aplicación es de mucha utilización en las actividades desarrolladas de acuerdo a los programas aplicados en beneficio de los adultos mayores y los resultados son de conocimiento de la comunidad donde se aplica el proyecto.

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo general

Analizar las estrategias de comunicación interna de la Fundación AlianzaRio Guayas de la ciudad de Guayaquil, que permitan cumplir con los programas de inserción inclusión en beneficio de los adultos mayores.

1.6.2 Objetivos Específicos

- Identificar los medios de comunicación interna en la Fundación Alianza Rio Guayas.
- Determinar qué tipo de estrategias de comunicación permite mejorar la comunicación interna de la Fundación Alianza Rio Guayas.
- Desarrollar un nuevo plan de comunicación interno para la difusión de los programas de inserción.

1.7 Preguntas de Investigación

- ¿Qué impacto produce la buena comunicación interna en la Fundación Alianza Rio Guayas para difusión de los programas de inserción del adulto mayor?
- ¿De qué manera los canales de comunicación interna aportan en la correcta difusión de las actividades que desarrolla la Fundación Alianza Rio Guayas?
- ¿Cuáles serían las alternativas para mejorar las estrategias de comunicación interna?

1.8 Justificación

Con la correcta utilización de las Estrategias de Comunicación interna se logra un constante dialogo entre los colaboradores y directivos de la Fundación, se necesita interacción constante y colaborativa entre los empleados y la directiva, la retroalimentación y evaluación conjunta de las funciones juegan un papel fundamental para lograr la satisfacción y motivación del talento humano.

La comunicación avanza y se desarrolla en las tecnologías de la información, todo esto gracias a las estrategias que se implementan en las organizaciones. La carencia de estrategias de conversaciones efectivas para proyectar el trabajo que desarrolla la fundación es un inconveniente que puede afectar a lo interno y todo el trabajo realizado puede ser en vano.

La fundación posee la voluntad para cambiar y transformar aspectos de conciencia y aportes en lo que respecta a inclusión social de las personas adultas mayores, y sus actividades no sólo tienen como objetivo satisfacer necesidades específicas, sino también promover valores, modificar actitudes en las dimensiones sociales, aplicar estándares de justicia y equidad y, sobre todo, involucrar a toda la comunidad.

La falta de proyección puede impedir que se dé a conocer el trabajo desarrollado por la institución, por lo que el proyecto aporta con elementos esenciales para una comunicación interna eficaz, estratégica y general, y con esto la generación de elementos comunicacionales que informe sobre el trabajo de la Fundación Alianza Rio Guayas.

CAPÍTULO II

2. Marco Teórico

2.1. La Comunicación

Se considera eficaz cuando el receptor entiende el mensaje del emisor, en los términos en que este ha querido darle su mensaje. Algunos factores son los que puede hacer que no exista una buena comunicación, como situaciones culturales, diferentes formas o métodos de comunicación, el lenguaje, y la subjetividad de cada persona.

Para lograr una comunicación verdadera, se tiene interés por el lenguaje de la otra persona o del receptor, de tal manera que pueda ser expresado (Anoli, 2012) de forma libre y espontánea, si se escucha con atención, sólo así se podrá tener las bases de una buena comunicación.

La comunicación para Amolla (2012) “no sólo como transmisión de información, como producción de significados y como sucesión de intercambios, sino también como fundamento de nuestra propia identidad personal y social” p. 17)

De esta manera se puede establecer que la comunicación en toda su extensión es la forma en que se puede intercambiar diálogos o conversaciones en todo ámbito de la sociedad, siempre ligado a situaciones productivas y necesidades de cada persona, lo que hace que el hombre no pueda vivir sin el lenguaje.

De acuerdo con lo expresado por (Wiemann, 2011) “Cuando la comunicación es competente, por lo general es eficiente y adecuada, y favorece el desarrollo de relaciones interpersonales competentes. Las relaciones competentes son aquellas que funcionan para la gente que participa” (p. 20).

Para el autor de la cita, una buena comunicación debe ser eficaz e idónea para una buena relación interpersonal y como tal es competente en las personas que son eficientes y participativa.

La comunicación se pone de manifiesto cuando transmite dinamismo en toda estructura organizacional, son las fuerzas que permiten dotar acciones para garantizar la estabilidad y permanencia.

Desde el punto de vista de la comunicación dialógica (de ida y vuelta), comunicarse es el acto de hacer circular; compartir o intercambiar; por algún medio, experiencias (conocimientos, opiniones, actitudes, emociones, deseos, requerimientos) entre dos o hasta más personas, con un propósito particular; y en situaciones reales de la vida humana (Niño, 2011).

La cita antes descrita, considera a la comunicación como toda acción de informar y transmitir mensajes a través de un medio determinado; mediante la comunicación se pueden manejar ideas, sentimientos y pensamientos.

Sin embargo, cuando se trata de comunicación interpersonal, la comunicación social integra a todas las comunidades y sociedades y enfatizando los puntos anteriores.

2.1.1. Elementos de la comunicación

Son los elementos primordiales y fundamentales que debe existir en todo proceso de comunicación.

Para que pueda existir una correcta comunicación debe existir elementos que sin ellos es casi imposible que se pueda transmitir un mensaje y que este pueda ser interpretado. Emisor, quien participa en la emisión del todo mensaje, Receptor, quien participa en la recepción del mensaje, Código, manera en que se debe hacer uso de la información que se está intercambiando entre ambos participantes.

Este código debe ser interpretado o decodificado por ellos, Mensaje, lo que se desea transmitir, a la otra parte o participante, Canal, Es el medio físico y que, por medio de él, el mensaje puede ser transmitido.

Para que exista información se requiere un emisor quien expresa un mensaje, un receptor, un canal que una a ambos. La información no es más que el contenido de la comunicación, que se caracteriza por su sentido unidireccional, considerando únicamente como agente activo a la persona que

emite el mensaje. (Martínez , 2012)

2.1.2. Objetivos de comunicación

La comunicación tiene claros objetivos definidos, estos objetivos provocan un impacto, reacciones y reflexiones. Permiten llegar mediante acciones propias, el objetivo debe ser claro, directo y no extenso.

En efecto, ´para (Sanchez & Pintado , Nuevas tendencias en comunicación, 2012) “La comunicación corresponde a un término que está asociado a la estrategia de comunicación organizacional y consiste en reforzar e intensificar actitudes y conductas en los públicos mediante herramientas que sirven a objetivos específicos de la organización”.

En este sentido, estas metas son medibles, ya que es claro que la comunicación verbal y no verbal es la información más presente, la transmisión de experiencias es otra meta por medir, dado que ocurre en muchas actividades, la transmisión de información a otros también lo es. parte del objetivo de la comunicación.

2.1.3. La comunicación Interna

Se presenta por la existencia de una voluntad y un compromiso por parte de la organización de comunicar. Debe ser bidireccional, en los sentidos en

que se maneja dentro de la organización de arriba hacia abajo y viceversa.

La comunicación interna es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios para comunicarse y los mantengan informados, integrados contribuyendo con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales (EcuRed, 2017)

De acuerdo con lo citado, la comunicación interna corresponde a una herramienta estratégica vital para las organizaciones, a través de ella y el buen uso de la información se puede transmitir eficientemente a los colaboradores e integrantes, objetivos y valores estratégicos, generando una cultura apropiada, de parte de su talento humano que está motivado y orientado a tener claro los valores institucionales.

Por lo tanto, todas las actividades realizadas por la organización para el mantenimiento de las buenas relaciones entre sus miembros, será por el correcto uso de los medios y con ello el cumplimiento de los logros propuestos.

2.1.4. Importancia de comunicación interna

La comunicación está dirigida al cliente interno, es decir, al colaborador o trabajador, esta surge como respuesta a nuevas necesidades de las instituciones para motivar a su talento humano y mantener activos a los mejores en un entorno organizacional donde los cambios son cada vez más rápidos.

La razón de ser de las instituciones, son sus participantes, por lo tanto, mantener motivado al equipo es lograr mejores resultados, es por eso que la comunicación interna siempre ha estado presente, a través de ella circula toda la información que se relaciona con los colaboradores e involucrados.

Para (Sanchez & Pintado, Nuevas tendencias en comunicación estratégica., 2014)“La comunicación interna como la comunicación externa, debe ser medida periódicamente para evaluar la gestión de la comunicación que realiza la organización mediante auditorías que ayuden a redefinir las estrategias a medio y largo plazo” (p. 29).

Con esto, la gestión de la comunicación interna tiene la misión de lograr la credibilidad del dialogo interno, permitiendo principalmente en que los mensajes puedan llegar a través de las acciones de comunicación con coherencia y notoriedad a los públicos internos.

De esta manera la importancia que tiene la comunicación interna es vital para el desarrollo de las organizaciones e instituciones, más aún en el aspecto laboral donde el uso de las tecnologías de la información son herramientas que aportan significativamente para el logro de los esfuerzos y se centre en el público externo.

También es importante porque su estructura está conformada por personas que trabajan y se esfuerzan para lograr diferentes metas y objetivos propuestos y en ese sentido toda la comunicación interna es fundamental para la consecución de dichos objetivos.

La comunicación interna no solo funciona para entregar información a los colaboradores de una institución u organización, sino que los propios colaboradores puedan comunicarse de la misma forma cuando dan sus opiniones en situaciones puntuales que pueden afectar el buen accionas de sus actividades como informar su satisfacción de lo que realizan.

Con esto, las personas que dirigen a las organizaciones pueden conocer permanentemente lo que está pasando realmente en la organización.

2.1.5. Estrategias de comunicación interna

Las organizaciones no existen sin comunicación, sin ella, las personas que están al frente de la organización no podrían estar informado de las

acciones que se desarrollan, además de que no se podrían dar las directrices para el cumplimiento de las actividades, no está llegando bien la información o no se está cumpliendo la relación de aviso y gestión.

Con esto son las estrategias de comunicación interna las que permiten que la información fluya en los diferentes frentes de la organización y que los procesos se cumplan en función de lo planificado. Bajo estos criterios, la comunicación estratégica debe ser comprendida como un proceso participativo que permite determinar los propósitos para el logro de los objetivos.

Es importante resaltar que, de acuerdo con lo descrito anteriormente, la comunicación estratégica, permite tomar decisiones y se lo debe integrar al proceso interno de la organización cuando se diseñan las estrategias y con esto para definir cómo se van a llevar los contenidos y cuáles serán los medios a utilizar. Para (Zapata, 2015) “Una estrategia de comunicación interna se diseña para convertir a los colaboradores en embajadores de la marca interna y además de tener cuenta la misión, visión y cultura corporativa”

Para La prensa (2013) “La estrategia de comunicación interna en las organizaciones constituye uno de los procesos más subestimados en la práctica, pero, paradójicamente, en todos los escenarios se reconoce como una prioridad”. Con esto es necesario crear las condiciones primordiales para

alcanzar los objetivos y las metas

2.1.6. Comunicación Estratégica

La comunicación estratégica es el proceso participativo que permite trazar lineamientos para el cumplimiento de propósitos y determina el cómo se pretende lograr los objetivos.

“...Es importante para toda organización hacer uso de elementos de identidad esto es la base para toda comunicación estratégica”.

Permite generar la mayor participación posible de los integrantes de la organización, gracias a una adecuada planificación y con liderazgo definidos. "La comunicación estratégica es una perspectiva integrada que aborda los cambios sociales desde nuevos paradigmas científicos".

La comunicación estratégica requiere de una adecuada planificación, siendo esta el proceso en la que una organización, luego de haber hecho el análisis del entorno en el que se desenvuelve los involucrados y definidos los objetivos sean a corto, mediano y largo plazo, elige las estrategias más idóneas para alcanzar esos objetivos y define los proyectos que se deben ejecutar para desarrollar dichas estrategias.

2.2. Antecedentes de la investigación

Según (León & Mejía , 2010),“Propuestas de Comunicación interna para la Unidad de Comunicación Social de la I. Municipalidad de Cuenca”, ponen de manifiesto lo esencial que es la comunicación organizacional como aspecto dominante dentro de toda institución, integra a todos los elementos que la conforman en la medida que las actividades realizadas por ellos se ajusten a lo planificado.

La comunicación interna no solamente debe ser vista como una actividad más al interior de la Fundación objeto de estudio, sino que debe ser lo que permita estar en constante comunicación con los involucrados que hacen posible que las actividades se cumplan de acuerdo a lo planificado en cuanto a actividades y tareas.

Para (Portilla , 2014) en el “Plan estratégico de comunicación interna para una institución descentralizada del Gobierno”, aporta en el sentido que la comunicación interna de toda organización es el eje principal para la construcción de excelentes relaciones de trabajo, la correcta ejecución entodas las actividades y tareas laborales, con ello la mejora significativa de los procesos internos y colaboradores motivados.

La correcta planificación de la comunicación interna, en la institución que es objeto de estudio, contribuirá a una mejor gestión al desarrollo de confianza que se genera de las relaciones interpersonales. Así mismo, promoverá la

motivación e integración de los colaboradores a nivel departamental e interdepartamental, de lo cual, se obtendrá como resultado la consolidación de la identidad institucional”

Se evidencia que la comunicación interna es el eje fundamental y el motor para el desarrollo eficiente de las relaciones interpersonales de los colaboradores de la fundación, mostrando que la correcta aplicación de lo que se planifica coopera a la buena gestión al interior de la institución y de quienes lo integra.

Para (Carvajal, 2015), el “Plan de comunicación interna para fortalecer la cultura organizacional del Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC”, donde todos los procesos de comunicación es lo que mantiene firme a las organizaciones y a las actividades internas que se desarrollan día a día.

La comunicación organizacional considera aspectos relevantes como la formulación de estrategias para la buena trasmisión de los mensajes sin que se produzcan distorsión de ellas y lleguen bien a los respectivos destinatarios.

De acuerdo a lo anteriormente mencionado son los propios procesos de comunicación interna que mantienen el ambiente de la Institución en completa armonía y como tal, toda estrategia que se aplique siempre será en beneficio de los colaboradores y de la Fundación.

(Osorio, 2009) “La función de la comunicación interna y externa, como instrumento estratégico para mejorar el servicio al cliente en Madero y Maldonado, corredores de seguros”, se considera importante la consolidación de manera formal de las estructuras al interior de las organizaciones y por lo tanto los procesos de comunicación interna son vitales para el establecimiento de estrategias para el fortalecimiento de las debilidades que se puedan presentar.

Es importante consolidar la estructura de los procesos de comunicación de la Fundación y con esto dejar estableció las estrategias que refuercen las debilidades que pueda presentarse de ser el caso al interior de la organización.

(Montero & Rodriguez, 2014) “Comunicación interna y gestión organizacional en la institución educativa Micaela Bastidas, Distrito de Iquitos, 2013”, en este caso es necesario que la comunicación esté directamente relacionada con todo el proceso de gestión organizacional que como institución y estructura debe tener ambos aspectos comunicación-gestión no pueden estar desligado sino, los procesos no se cumplen ni tampoco los objetivos propuestos.

Con esto, el proyecto debe contemplar que la relación comunicación y gestión sea de cumplimiento por parte de sus integrantes, como parte de las estrategias a establecer debe dar cumplimiento a todo lo planificado a nivel de comunicación interna.

2.3. Marco Contextual

La Fundación “ALIANZA RIO GUAYAS”, se constituye como una organización de derecho privado sin fines de lucro fue creada en el mes de enero del año 2013, con patrimonio propio, administración autónoma; con capacidad legal para ejercer derechos y contraer obligaciones. La Fundación tiene su domicilio en la Cooperativa Rio Guayas Mz. 67 SL. 01, parroquia Ximena de la provincia del Guayas, cantón Guayaquil.

Para esto la fundación tienen claro los objetivos, en su ámbito de acción está el proponer, ejecutar programas y servicios direccionados para la inclusión económica, con énfasis en los grupos de atención prioritaria, en especial a los adultos mayores que se encuentra en situación de pobreza y vulneración, promoviendo el desarrollo.

Para lograr ejecutar estos programas y servicios direccionados para la inclusión económica y social, es necesario la movilidad social ascendente para fortalecer a la economía popular y solidaria, con énfasis en la población que se encuentra en situación de exclusión, discriminación, pobreza y vulnerabilidad, promoviendo, asegurando, protegiendo apoyando la restitución del ejercicio pleno de sus derechos en todo su ciclo de vida.

Se establece los objetivos de la fundación y el cumplimiento de los mismos: 

- Crear y promover programas y servicios de desarrollo integral.

- Realizar actividades para ejecutar y promover la atención integral de la población a lo largo de su ciclo de vida.
- Efectuar charlas y acciones para prevenir la violación de derechos y garantizar la protección especial de la población que se encuentra en situación de vulnerabilidad.
- Construir la inclusión económica, la movilidad social de las personas en situación de indigencia, mediante la generación de capacidades y oportunidades.
- Desarrollar actividades de protección, inclusión, movilidad social y económica para los miembros de la Fundación.
- Organizar y realizar charlas de información sobre los servicios dirigidos a promover la generación de capacidades y oportunidades productivas, para inclusión económica y la movilidad social ascendente de los usuarios.
- Desarrollar oportunidades para emprendimientos productivos individuales, familiares asociativos y de empleo en grupos de atención prioritaria que logre impulsar el desarrollo de actividades de economía popular y solidarias.
- Realizar actividades para apoyar a los grupos de personas migrantes internos de una provincia, cantón, parroquia rural u otras.
- Realizar campañas de información, difusión, respeto a su integridad o bienestar físico psicológico, emocional y espiritual a favor de las instituciones públicas, privadas, sociedad y entorno familiar.

CAPÍTULO III

3. Metodología

3.1 Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación es fundamental para todo trabajo científico, permite dirigir y sistematizar dicha labor de campo y como tal, determina cuales son las herramientas para recopilar información necesaria tanto en el aspecto cualitativo y cuantitativo, son estos aspectos que permanentemente participan en las funciones de investigación.

El trabajo de campo se lo ejecutó en la misma Fundación “Alianza Rio Guayas” con la presencia y participación de los colaboradores de la organización que desarrollan diversas actividades quienes pueden emitir una opinión desde diferentes puntos de vista en beneficio de lo que se pretende desarrollar en la propuesta.

Para la investigación se utilizaron recursos como cámara fotográfica, materiales de apuntes, entre otros materiales para un correcto trabajo de campo y oficina.

3.1. Tipo de Investigación

Fue necesario para la investigación realizar un análisis del sitio o lugar donde se presenta la problemática y la facilidad para identificar elementos necesarios para el planteamiento de la propuesta. Además, el estar cerca de la población de estudio, se evidenció la predisposición de ellos para con el objetivo del proyecto a través de instrumentos de investigación.

Al tener claro estos elementos claves para la solución del problema, el diseño de la propuesta apuntará a dichos puntos necesarios para que la fundación tenga las herramientas para una correcta comunicación interna y difusión eficiente de los programas que desarrolla en beneficio de los adultos mayores y su inserción en cualquier actividad que requiera de su presencia.

3.1.1. Investigación Exploratoria

Este tipo de investigación fue necesaria para el trabajo de campo, permitió realizar un análisis del sitio o lugar donde se presenta la problemática y la facilidad para identificar elementos necesarios para el planteamiento de la propuesta. Además, el estar cerca de la población de estudio, evidenciando la predisposición de ellos para con el objetivo del proyecto a través de instrumentos de investigación.

Este tipo de investigación es necesaria porque facilita una mayor comprensión del problema que enfrenta el investigador y es necesario tener claros todos los elementos de cumplimiento por parte de la fundación respecto

del manejo de los canales de comunicación interna.

Al esclarecer estas recapitulaciones claves para la resolución de dificultades, el boceto de la proposición se centrará en los puntos para garantizar que el fondo monetario tenga los materiales necesarios para una buena comunicación interna y una difusión efectiva de la información.

3.1.2. Investigación Diagnóstica

El aplicar este tipo de investigación, permitió hacer uso de técnicas de recolección de información y determinar las necesidades que tienen los colaboradores de la Fundación respecto de normas internas para la buena aplicación de comunicación interna.

La información recolectada, da lugar a plantear una propuesta que permita crear un plan para comunicarse internamente para la fundación y en la cual mejora significativamente los canales de información al interior de la institución.

Los encuestados hicieron conciencia sobre la importancia del aporte de sus respuestas al proyecto y a la propuesta, lo que propone el estudio para la solución de la problemática, son las estrategias para mejorar los canales de comunicación y que esta sea más efectiva en todos los espacios donde trabaja la fundación.

3.1.1. Investigación Aplicada

La finalidad de la investigación tiene un solo propósito, que es la de solucionar problemas a nivel de mejoras en los canales de comunicación internos y demás parámetros para el buen desarrollo de las actividades de la Fundación y donde el único beneficiario es el adulto mayor y su inserción en algunos ámbitos de la sociedad.

La aplicación de este tipo de investigación comienza con la descripción de la situación, para enmarcarlo es el aspecto teórico suficiente y aceptado en la cual se hace la exposición de conceptos relevantes y pertinentes que proponen acciones o formas de solución.

(Vargas Cordero, 2009) La investigación aplicada, "Entendida como la utilización de los conocimientos en la práctica, para aplicarlos en provecho de los grupos que participan en esos procesos y en la sociedad en general, además del bagaje de nuevos conocimientos que enriquecen la disciplina" (p. 159).

3.1.2. Investigación de Campo

"La investigación de campo es un procedimiento que se lleva a cabo en el ambiente natural de las personas u objetos sobre los que se realiza el estudio, de acuerdo a lo investigado" (Raquel , 2013)

Este tipo de investigación aportó con la recolección de datos e

información necesaria en el lugar considerado en el proyecto como son las instalaciones de la Fundación “Alianza Rio Guayas” y las personas que son los elementos del muestreo y que fueron los colaboradores de la organización.

3.1.3. Investigación Documental

La investigación documental consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferenciales, etapas, posturas, o estado actual de conocimiento respecto al tema objeto de estudio. Las consultas documentales pueden ser de libros, revistas, periódicos, memorias, anuarios, registros, constituciones, etc. (Lara, 2011).

La cita evidencia la importancia de este tipo investigación realizó consultas necesarias y pertinentes de material bibliográfico y documental de libros, además del uso de la tecnología a través de la web, en cuanto a las estrategias de comunicación internas y planes de comunicación que sirvieron de soporte para el diseño de instrumentos de recolección de información.

3.2. Población y Muestra

3.2.1. Población

Término muy aplicado en estadísticas, y en los trabajos de investigación está delimitada por el objetivo a cumplir respecto de los sujetos a estudiar. Por

lo tanto, de manera general, la población es referida al conjunto de elementos que conforman el entorno a estudiar y poseen características específicas respecto de la muestra.

Para (Arias, 2012), La población, o en términos más precisos población objetivo, es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos de estudio. (p. 81).

Para el presente proyecto, se consideró como población a los 26 colaboradores de la Fundación Rio Guayas, quienes tienen la posibilidad de emitir criterios de respuestas acorde a las actividades que realizan. Son ellos quienes diariamente manejan los procesos y la información de acuerdo a las directrices de las autoridades principales.

Bajo este criterio tienen la capacidad de dar sus opiniones de la comunicación al interior de la Fundación. Además de la entrevista a la directora de la Fundación "Alianza Rio Guayas", Lcda. Rosalía Adalinda Cabrera Carbo.

3.2.2 Muestra

En el presente trabajo, la representación de la muestra está dada por los colaboradores de la Fundación Alianza Rio Guayas, que en su cantidad es menor a 80 elementos de muestreo por lo que se consideró el estudio a todos los involucrados y no se hizo uso de la fórmula para el cálculo de la muestra.

Esto corresponde al muestreo no probabilístico, debido a que el submuestreo a juicio conveniencia del investigador, la muestra es seleccionada sobre lo que considera o cree el investigador.

3.3. Métodos

3.3.1. Método Inductivo

Para (Cegarra Sánchez, Metodología de la Investigación Científica y Tecnológica.), “Consiste en basarse en enunciados singulares para plantear enunciados universales tales como hipótesis o teoría” (p.83).

Este método permitió analizar casos particulares donde cada Fundación poseen normas internas en cuanto a una comunicación interna eficaz y eficiente. Por lo tanto, esto con lleva a una consideración general, es decir, que todas las organizaciones deben establecer eficientes canales de comunicación para el buen desarrollo de las actividades y cumplir con los objetivos y planes trazados.

3.4.2. Método deductivo

De acuerdo a (Bernal, 2009) “Se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares” (p.165).

Este método considera al contrario de la inducción, aspectos generales de lo que tiene que ver la comunicación interna en todas las organizaciones y como tal, se analiza casos particulares como la gestión que realiza la Fundación Alianza Rio Guayas específicamente y la forma en que se desarrollan las actividades al interior, y como se aplican los canales de comunicación interna con sus colaboradores.

3.4. Técnicas

3.4.1. La Encuesta

Una de las técnicas más utilizada en los trabajos de campo, y tiene que ver con el uso de un documento diseñado de manera informal donde se destacan aspectos relevantes en su forma y fondo por el cual se aplica esta técnica y la forma en que se debe responder.

La encuesta es un instrumento de captura de la información estructurado, lo que puede influir en la información recogida y no debe utilizarse más que en determinadas situaciones en las que la información

que se quiere capturar está estructurada en la población objeto de estudio (Martín , 2011)

Por lo tanto, la aplicación de esta técnica fue necesaria para la obtención de información de estudio como son los colaboradores de la Fundación “Alianza Rio Guayas” respecto de cómo se maneja la comunicación interna en la organización.

3.4.2. La Entrevista

La entrevista es una conversación que se realiza entre dos o varias personas, tiene propósitos claros en la investigación para la obtención de información e influye en aspectos, sociales, y opiniones.

Para esta técnica se realizó la entrevista a la directora de la Fundación “Alianza Rio Guayas”, Lcda. Rosalía Adalinda Cabrera Carbo, como principal de la organización, puede dar información relevante sobre el manejo de los canales de comunicación y el cumplimiento de las normas internas para una información eficaz.

3.5. Instrumento de la Investigación

El instrumento utilizado en el estudio y que sirvió para la recopilación

de información fue el cuestionario, el mismo que fue diseñado con 10 preguntas de escala subjetiva para medir actitudes y conocer el grado de conformidad del encuestado.

Los criterios o indicadores de respuestas tuvieron mucha incidencia en los encuestados, las preguntas fueron claras y concisas respecto de lo que tiene que ver con las actividades de la Fundación y la efectividad de la comunicación interna en la Institución.

3.6. Procedimiento de la investigación

- ✓ Planteamiento del problema.
- ✓ Objetivos de la investigación.
- ✓ Fundamentación teórica
- ✓ Recopilación de información a nivel bibliográfico.
- ✓ Desarrollo del Marco Teórico.
- ✓ Diseño de la investigación.
- ✓ Recolección de datos a través de técnicas de investigación.
- ✓ Procesamiento de los datos recopilados.
- ✓ Análisis e interpretación de los resultados.
- ✓ Discusión de los resultados.
- ✓ Elaboración de la propuesta.
- ✓ Cronograma

- ✓ Bibliografía
- ✓ Conclusiones y recomendaciones.

3.7. Recolección de la información

Se desarrolla mediante la recopilación de la información a través de la aplicación de las técnicas de recolección de datos y el uso del cuestionario de preguntas como instrumento con técnicas de interrogatorios de escala subjetiva, aplicando el modelo de Rensis Likert, y que mide la subjetividad y nivel de aceptación en el campo social.

3.8. Análisis de los resultados de los instrumentos aplicados

3.8.1. Tablas y Figuras

1. ¿Considera usted haber recibido información necesaria al momento de ingresar a laborar en la Fundación?

Tabla 2: Entrega de información a la fecha de ingreso a laborar

ÍTEM	INDICADORES DE RESPUESTAS	f	%
1	TOTALMENTE DE ACUERDO	8	31%
2	DE ACUERDO	12	46%
3	ES INDIFERENTE	0	0%
4	ALGO DE ACUERDO	6	23%
2	EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL		26	100%

Fuente: Colaboradores de la Fundación "Alianza Río Guayas" Elaborado por: Carla López Gómez

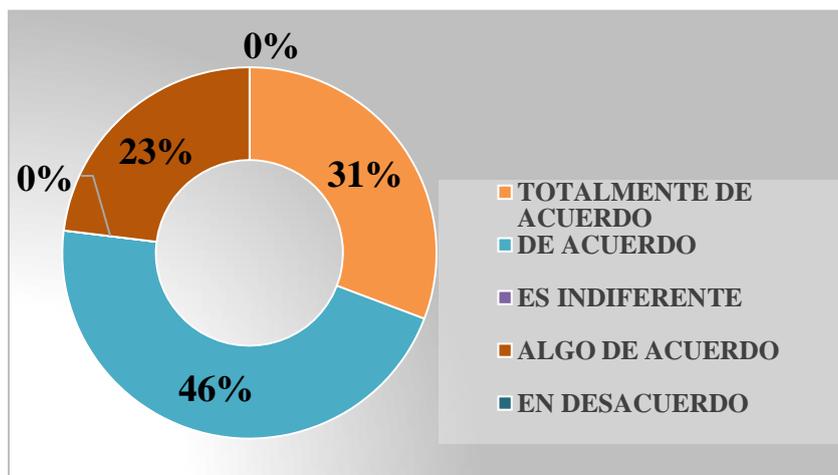


Figura 1: Entrega de información a la fecha de ingreso a laborar
Fuente: Colaboradores de la Fundación "Alianza Río Guayas" Elaborado por: Carla López Gómez

Análisis: De acuerdo con la pregunta, el más alto porcentaje correspondió al indicador en la cual quienes laboran en la Fundación, al momento de ingresar a laborar, NO recibieron la información necesaria, mientras que los que SÍ recibieron correspondió al indicador menor, lo que indica que este tipo de información es necesaria para el buen accionar desde el inicio de las actividades del personal que labora en el sitio.

2. ¿Cree usted que la Fundación Alianza Río Guayas tiene el reconocimiento de la comunidad del sector?

Tabla 3: Nivel de reconocimiento hacia la Fundación

ÍTEM	INDICADORES DE RESPUESTAS	f	%
1	TOTALMENTE DE ACUERDO	17	65%
2	DE ACUERDO	7	27%
3	ES INDIFERENTE	2	8%
4	ALGO DE ACUERDO	0	0%

5 EN DESACUERDO 0 0%

TOTAL	26	100%
--------------	-----------	-------------

Fuente: Colaboradores de la Fundación "Alianza Río Guayas" Elaborado por: Carla López Gómez

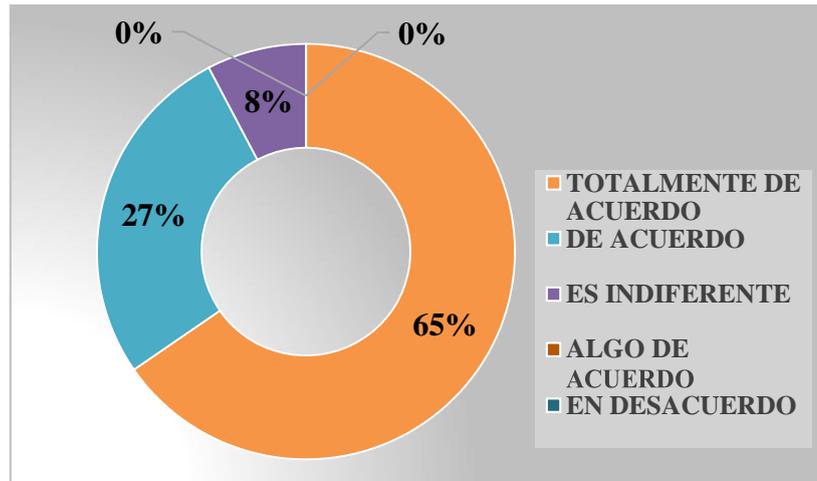


Figura 2: Nivel de reconocimiento hacia la Fundación
Fuente: Colaboradores de la Fundación "Alianza Río Guayas" Elaborado por: Carla López Gómez

Análisis: Existe un alto porcentaje de reconocimiento a las actividades desarrolladas por la Fundación Alianza Río Guayas, que gran parte de los encuestado están totalmente de acuerdo. Al hacer esta afirmación de la labor de la Fundación, solo un mínimo porcentaje de los encuestados le fue indiferente esta interrogante y es lo que perciben este grupo de personas como trabajadores.

3. ¿Considera usted que para el desarrollo normal de las actividades al interior de la Fundación se deben mejorar las relaciones laborales entre los colaboradores?

Tabla 4: Inconvenientes del personal de la Fundación con el manejo de la información

ÍTEM	INDICADORES DE RESPUESTAS	f	%
1	TOTALMENTE DE ACUERDO	8	31%
2	DE ACUERDO	12	46%
3	ES INDIFERENTE	6	23%
4	ALGO DE ACUERDO	0	0%
5	EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL		26	100%

Fuente: Colaboradores de la Fundación "Alianza Río Guayas" Elaborado por: Carla López Gómez

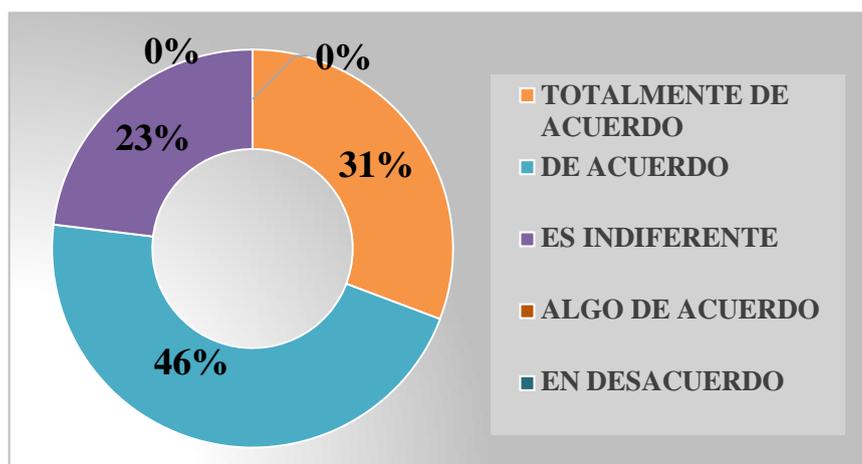


Figura 3: Inconvenientes del personal de la Fundación con el manejo de la información
Fuente: Colaboradores de la Fundación "Alianza Río Guayas"
Elaborado por: Carla López Gómez

Análisis: Para esta interrogante los criterios que obtuvieron los más altos porcentajes fueron totalmente de acuerdo y de acuerdo, para que exista eficiencia en el desarrollo de las actividades al interior de la fundación se debe mejorar las relaciones entre los colaboradores para que el clima laboral sea el que corresponda a una organización.

4. ¿Piensa usted que al interior de la Fundación existe una buena comunicación interna?

Tabla 5: La comunicación al interior de la Fundación

ÍTEM	INDICADORES DE RESPUESTAS	f	%
1	TOTALMENTE DE ACUERDO	5	19%
2	DE ACUERDO	12	46%
3	ES INDIFERENTE	0	0%
4	ALGO DE ACUERDO	0	0%
5	EN DESACUERDO	9	35%
TOTAL		26	100%

Fuente: Colaboradores de la Fundación "Alianza Rio Guayas" Elaborado por: Carla López Gómez

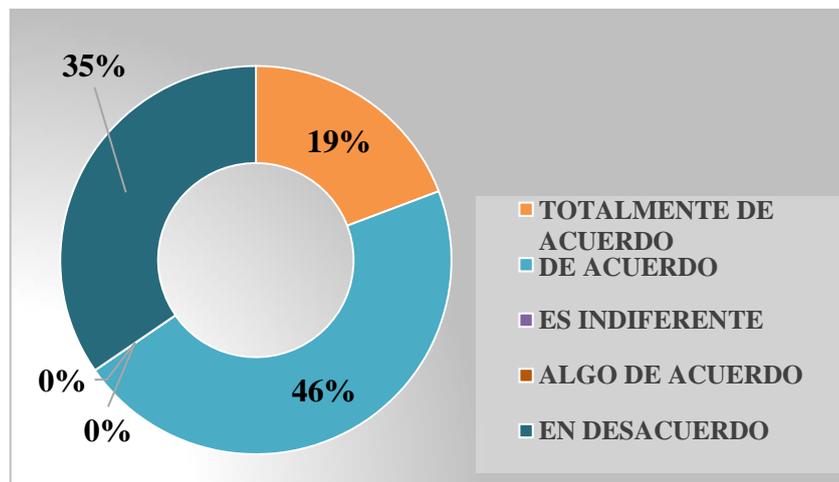


Figura 4: La comunicación al interior de la Fundación
Fuente: Colaboradores de la Fundación "Alianza Rio Guayas" Elaborado por: Carla López Gómez

Análisis: Para esta pregunta, el mayor porcentaje de los encuestados contestó, totalmente de acuerdo en que al interior de la Fundación existe buena comunicación interna.

5. ¿Se siente usted identificado(a) con las actividades que desarrolla la Fundación aquí en el sector del Guasmo Norte de la Ciudad de Guayaquil?

Tabla 6:

Armonía en las actividades que desarrolla la Fundación

ÍTEM	INDICADORES DE RESPUESTAS	f	%
1	TOTALMENTE DE ACUERDO	8	31%
2	DE ACUERDO	11	42%
3	ES INDIFERENTE	0	0%
4	ALGO DE ACUERDO	7	27%
5	EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL		26	100%

Fuente: Colaboradores de la Fundación "Alianza Río Guayas" Elaborado por: Carla López Gómez

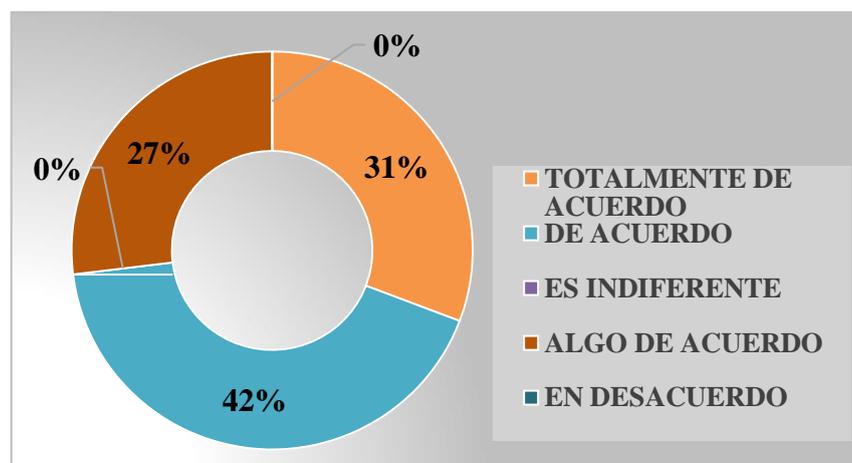


Figura 5: Armonía en las actividades que desarrolla la Fundación

Fuente: Colaboradores de la Fundación "Alianza Río

Guayas" Elaborado por: Carla López Gómez

Análisis: En esta pregunta, la mayoría de los encuestados están totalmente de acuerdo y de acuerdo sentirse identificado con las actividades que se

desarrollan en la Fundación.

Lo ideal sería que todos perciban y sientan lo mismo, sin embargo, se aprecia que este mínimo porcentaje y no en función de lo que desea y persigue la Fundación.

6. ¿Considera que las actividades individuales que se desarrollan al interior de la institución son reconocidas por los Directivos de la Fundación?

Tabla 7:

Reconocimiento al trabajo de los colaboradores por parte de la Fundación

ÍTEM	INDICADORES DE RESPUESTAS	f	%
1	TOTALMENTE DE ACUERDO	7	27%
2	DE ACUERDO	10	38%
3	ES INDIFERENTE	0	0%
4	ALGO DE ACUERDO	9	35%
5	EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL		26	100%

Fuente: Colaboradores de la Fundación "Alianza Río

Guayas"Elaborado por: Carla López Gómez

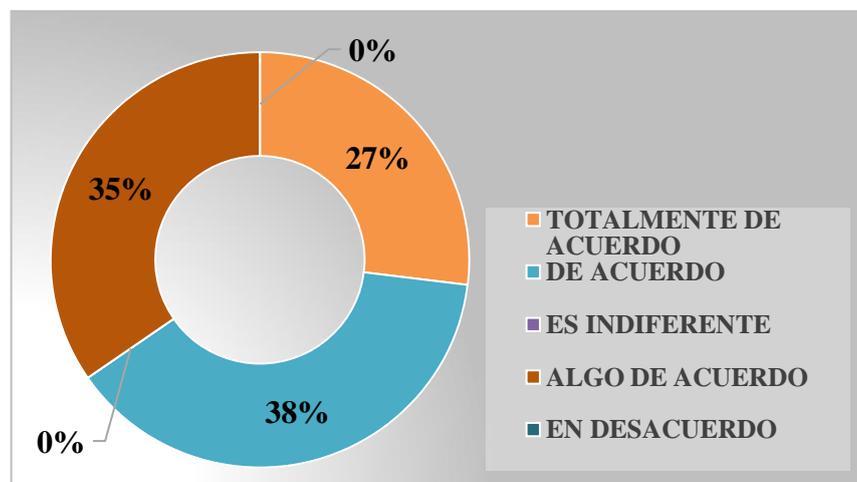


Figura 6: Reconocimiento al trabajo de los colaboradores por parte de la Fundación Fuente: Colaboradores de la Fundación “Alianza Rio Guayas”

Elaborado por: Carla López Gómez

Análisis: Como se aprecia en los resultados, un alto porcentaje considera estar totalmente de acuerdo y de acuerdo que sus trabajos si son reconocidos y tomados en cuenta al interior de la Fundación, pero un considerable grupo y marca un aspecto de inconformidad, lo que da a entender que existen novedades al interior de la Institución que hace que no todos piensen igual o tengan el mismo sentir cuando su trabajo no es reconocido.

7. ¿Considera usted tener claro los objetivos a cumplir por parte de quienes conforman la Fundación?

Tabla 8: Nivel de conocimientos de los objetivos que tiene la Fundación en los programas realizados

ÍTEM	INDICADORES DE RESPUESTAS	f	%
1	TOTALMENTE DE ACUERDO	0	0%
2	DE ACUERDO	6	23%
3	ES INDIFERENTE	5	19%
4	ALGO DE ACUERDO	15	58%
5	EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL		26	100%

Fuente: Colaboradores de la Fundación "Alianza Río

Guayas"Elaborado por: Carla López Gómez

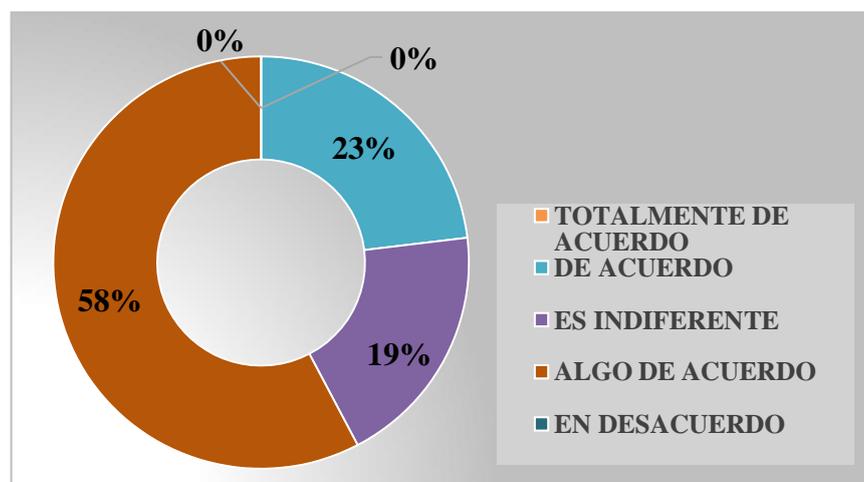


Figura 7: Nivel de conocimientos de los objetivos que tiene la Fundación en los programas realizados

Fuente: Colaboradores de la Fundación "Alianza Río

Guayas"Elaborado por: Carla López Gómez

Análisis: La mayoría de los encuestados estuvieron algo de acuerdo en que tienen claros los objetivos que persigue la Fundación en las actividades que desarrolla en beneficio de los adultos mayores, para otro grupo le fue indiferente que se cumplan. Estos resultados dejan claro que no existe una comunicación interna efectiva.

8. ¿Piensa usted que la Fundación debe poseer normas internas para el cumplimiento de las actividades respecto del manejo de la comunicación interna entre todos los colaboradores?

Tabla 9: Existencia de Normas en cuanto a comunicación internas en la Fundación

ÍTEM	INDICADORES DE RESPUESTAS	f	%
1	TOTALMENTE DE ACUERDO	15	58%
2	DE ACUERDO	11	42%
3	ES INDIFERENTE	0	0%
4	ALGO DE ACUERDO	0	0%
5	EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL		26	100%

Fuente: Colaboradores de la Fundación “Alianza Rio

Guayas”Elaborado por: Carla López Gómez

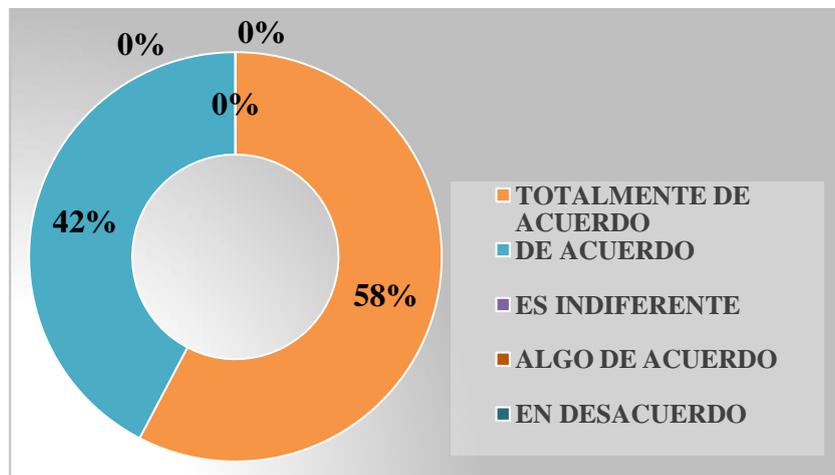


Figura 8: Existencia de Normas en cuanto a comunicación internas en la Fundación Fuente: Colaboradores de la Fundación “Alianza Rio Guayas”

Elaborado por: Carla López Gómez

Análisis: Las respuestas obtenidas para esta pregunta fueron importantes porque es clave para lo que pretende el proyecto en su propuesta la mayoría de los colaboradores de la Fundación, estuvieron totalmente de acuerdo y de acuerdo que la Institución debe poseer normas internas para el cumplimiento de las actividades y procesos internos respecto de una comunicación eficaz entre todas las personas que laboran en el sitio.

9. ¿Considera usted que los medios de comunicación interna aplicados en la Fundación han sido efectivos en el desarrollo de sus actividades?

Tabla 10:

Efectividad de los canales de comunicación interna en la Fundación

ÍTEM	INDICADORES DE RESPUESTAS	f	%
1	TOTALMENTE DE ACUERDO	11	42%
2	DE ACUERDO	7	27%
3	ES INDIFERENTE	5	19%
4	ALGO DE ACUERDO	3	12%
5	EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL		26	100%

Fuente: Colaboradores de la Fundación "Alianza Río

Guayas"Elaborado por: Carla López Gómez

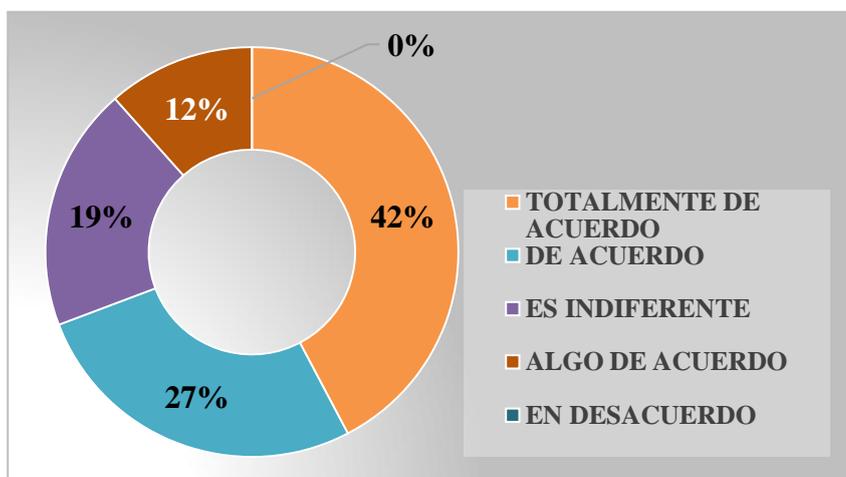


Figura 9: Efectividad de los canales de comunicación interna en la Fundación

Fuente: Colaboradores de la Fundación “Alianza Rio

Guayas”Elaborado por: Carla López Gómez

Análisis: Para esta pregunta, han existido diversos criterios respecto de la efectividad de los canales de comunicación para el manejo de la información y las actividades que se desarrollan en la Fundación. El más alto porcentaje de los encuestados respondieron estar totalmente de acuerdo, un porcentaje a esta pregunta y otros respondieron estar algo de acuerdo con la efectividad de los canales de comunicación interna.

10. ¿Cree usted que la Fundación necesita de un plan de comunicación interna para que las actividades se desarrollen eficientemente en beneficio de los programas de inserción del adulto mayor?

Tabla 11: Necesidad de un plan de comunicación para la Fundación “Alianza Rio Guayas”

ÍTEM	INDICADORES DE RESPUESTAS	f	%
1	TOTALMENTE DE ACUERDO	19	73%
2	DE ACUERDO	6	23%
3	ES INDIFERENTE	1	4%
4	ALGO DE ACUERDO	0	0%
5	EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL		26	100%

Fuente: Colaboradores de la Fundación "Alianza Río Guayas" Elaborado por: Carla López Gómez

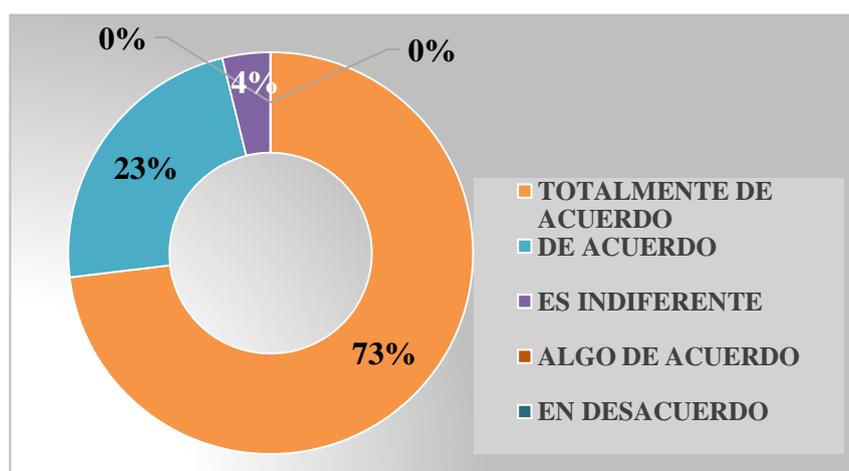


Figura 10: Necesidad de un plan de comunicación para la Fundación "Alianza Río Guayas"

Fuente: Colaboradores de la Fundación "Alianza Río Guayas" Elaborado por: Carla López Gómez

Análisis: La mayoría de los colaboradores están totalmente de acuerdo que la Fundación requiere mejoras para sus procesos internos y es necesarios que los medios de comunicación funcionen eficientemente, y para esto consideran que es necesario un plan de comunicación interna y efectivo procedimiento se cumplan a cabalidad, que los canales de comunicación funcionen con las buenas directrices de las autoridades.

3.9. Discusión de los resultados

- Un porcentaje de los colaboradores respondieron de manera positiva, respecto, al momento de ingresar a trabajar en la Fundación, recibieron información necesaria sobre las actividades a desarrollar. Otro grupo de colaboradores se sintieron complacidos por la información entregada por la institución, sin embargo, un porcentaje considerable estuvo algo de acuerdo con esta pregunta por lo que gran parte de los criterios estuvieron divididas causando incertidumbre por lo que es importante realice la inducción a las personas que fueron seleccionadas para laborar en la institución
- Para los colaboradores de la Fundación es importante reconocer la aceptación que tiene por parte de la comunidad del sector, garantiza que están prestando sus servicios a una institución seria y por eso la importancia de una eficiente comunicación al interior de la institución.
- Para el desarrollo de las actividades los colaboradores consideraron que las relaciones entre ellos y las autoridades deben ser las mejores, lo importante no solo es lo laboral sino el clima en que se desarrolla las actividades y que deben ser de las mejores.
- Basado en lo anterior, no existe una buena comunicación interna. Con esto es evidente de la problemática y que tiene que ver con la planificación no se cumple a cabalidad.
- En este mismo sentido los trabajos que realizan los colaboradores con gusto porque se sienten identificados con sus principio y criterios de formación de valores y consideran que son aportes para el cumplimiento de los objetivos de la organización.

- Se pudo determinar la satisfacción del trabajo encomendado, sin embargo, no se piensa igual en el resto de los colaboradores que sienten que su trabajo no tiene el reconocimiento esperado, por eso la inconformidad y desmotivación. Esto debe ser tomado muy en cuenta por los directivos, lo ideal es que exista un clima laboral en armonía y los elementos comunicacionales no estén llegando de forma eficiente.
- De todos los encuestados, coincidieron respecto a que la Fundación debe poseer normas internas para el cumplimiento de las actividades de todos los que conforman la institución. Se considera este aspecto de mucha importancia el no poseer este elemento puede causar malestar entre los clientes internos y un clima laboral desestabilizador no se podría cumplir con los proyectos y programas siendo los más perjudicados los adultos mayores.
- Se presentó diversos criterios de los encuestados al responder que los medios de comunicación interna en la Fundación no han sido efectivos. Con esto, el desarrollo de las actividades se torna poco efectivas y urge la necesidad de aplicar una cultura laboral en función de lo que debe tener toda organización como tener claro su misión y visión. Se considera oportuno que se establezcan estrategias comunicacionales que no necesariamente se deben elaborar durante el desarrollo de sus actividades.
- Con todas las interrogantes los encuestados coinciden en estar totalmente de acuerdo en que la Fundación requiere de un plan estratégico de comunicación interna que permita armonizar para el desarrollo de la propuesta planteada por la autora y que busca aportar

con elementos comunicacionales que aporten a la imagen institucional y garantizar a los adultos mayores el cumplimiento de los programas de inserción.

3.10. Respuestas a las interrogantes de la investigación

¿Qué impacto produce la buena comunicación interna en la Fundación Alianza Rio Guayas en la difusión de los programas de inserción del adulto mayor?

La correcta comunicación interna es un aspecto de constante mejoramiento. Minimizar errores de comunicación, motiva a los colaboradores, crear clima laboral, es parte de los planes estratégicos de la Fundación, por lo que es imperativo que se difundan los programas de inserción del adulto mayor en total armonía para que los beneficiarios perciban como aspecto fundamental y relevante que trabaja en beneficio de la colectividad.

¿De qué manera los canales de comunicación interna aportan para la correcta difusión de las actividades que desarrolla la Fundación Alianza Rio Guayas?

Porque a través de ella, los colaboradores conocen y se convierten en factores multiplicadores de las buenas prácticas y políticas internas que deben cumplir todos quienes forman parte de la institución. Partiendo del principio de la comunicación esta debe ser clara y efectiva. Cuando se establecen aspectos relevantes como la misión, visión, y objetivos, y se lo

hace parte de la convivencia de los clientes internos, toda actividad se ve fortalecida cuando los directivos están directamente ligados y se interesan por los trabajos que hacen sus colaboradores.

¿Cuáles serían las alternativas para mejorar las estrategias de comunicación interna?

Hacer uso de instrumentos que fomenten una cultura laboral basada en objetivos hacer uso de elementos visuales y actividades que este en permanente contacto visual al interior de la organización, es decir, aprovechar todos los recursos necesarios que permitan fortalecer lo que se propone la Fundación como organización y que su implementación sea aceptada de manera positiva en beneficio de todos quienes forman parte de ella y con esto el cumplimiento de los programas en beneficio de los adultos mayores que es la esencia y razón de ser del trabajo de la institución.

CAPÍTULO IV

Propuesta, Descripción del proyecto

4.1. Título de la Propuesta

Creación de un plan de comunicación interna para la Fundación “AlianzaRio Guayas” en la difusión de los programas de inserción del adulto mayor.

4.2. Justificación

El aspecto visual dentro de la comunicación es un elemento determinante para la trasmisión del mensaje y de lo que realmente se desea comunicar. Las imágenes, los mensajes claros y directos, el lenguaje, el buen uso de textos permiten que quien recepta interprete inmediatamente su significado y la razón de ser de para su aplicación.

Al detectar que la Fundación no cuenta con elementos comunicacionales para el buen desarrollo de las actividades a su interior, el diseño de la propuesta aporta a la solución de lo que requiere y con esto la imagen institucional se beneficia al poder comunicar con eficiencia lo que se quiere transmitir, lograr la estabilidad en cuanto a climalaboral y la confianza en los beneficiarios directos de los proyectos que se promueven como programas de inserción del adulto mayor.

El buen uso de estos elementos comunicacionales desde el interior de

la Organización será el elemento motivador y diferenciador para lograr su posicionamiento como organización con responsabilidad social.

4.3. Fundamentación

La Constitución de la República del Ecuador, garantiza un espacio para las personas de la tercera edad, bien llamadas adultos mayores y quienes han adquirido todas las experiencias a lo largo de su vida. En su Art. 36, hace referencia en la prioridad que se debe dar a todas las personas adultos mayores en todos los campos de inclusión social, económica y de protección. (Asamblea Constituyente, 2008).

La secretaria nacional de Planificación (SENPLADES), a crear el Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV) establece objetivos fundamentales y su aplicación en todos los proyectos en las deben ser vinculantes como así lo expresa el objetivo 2, para auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial en la diversidad, así como su objetivo 3, que se debe mejorar la calidad de vida de la población. (PNBV, 2013).

La Ley de Propiedad Intelectual en su codificación N° 2006-013, destaca los derechos de autor y destaca la importancia de registrar de proyectos reales e innovadores.

Respecto de la Ley Orgánica de Comunicación, esta expresa en su Art. Prevalencia en la difusión de contenidos:

Los medios de comunicación, en forma general, difundirán

contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos. (Registro Oficial, 2013).

4.4. Objetivos

4.4.1. Objetivo General

Diseñar un Plan de comunicación Interna para el fortalecimiento del clima laboral y la cultura organizacional de la Fundación Alianza RioGuayas.

4.4.2. Objetivos Específicos

- 4.4.2.1 Establecer elementos de comunicación visual para su incorporación en los procesos internos de difusión de los programas del adulto mayor
- 4.4.2.2 Dinamizar los canales de comunicación interna de la Fundación Alianza Rio Guayas para difundir los trabajos realizados por la institución.
- 4.4.2.3 Promover los programas de comunicación interna con activaciones para un mayor alcance de cada programa.

4.5. Importancia

Su importancia radica porque su aplicabilidad aporta en la solución del problema y en la utilización de recursos visuales que son de mucha utilidad para la buena comunicación al interior de la institución.

El uso de materiales visuales debe ser parte determinante en la comunicación interna, ayuda a tener claras normas y políticas de la institución, el respeto y la obligatoriedad de su cumplimiento.

Las bases esenciales de toda comunicación interna en la organización, está en su misión, visión y objetivos trazado. Con esto la imagen institucional podrá calar en la mente de una comunidad necesitada de organizaciones que fomenten el buen vivir y la calidad de vida de sus habitantes.

Con la aplicación de un plan estratégico comunicacional al interior de la Fundación, los programas de inserción del adulto mayor tendrán los resultados esperados y puedan tener una oportunidad en el entorno familiar y sociedad.

4.6 Ubicación sectorial y física

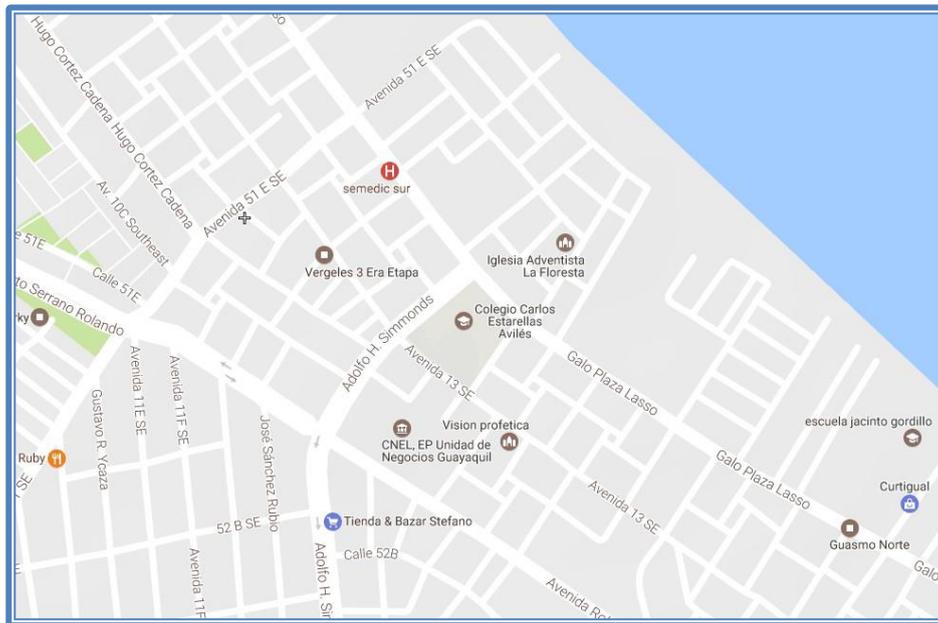


Figura 11. Ubicación sectorial de la Fundación

Alianza Rio GuayasFuente: <http://wikimapia.org>

4.6.1 Factibilidad

La presente propuesta de proyecto debe ser desarrollado en base a los objetivos de tal forma que su sustentabilidad va en función de lo trascendental que pueda ser para el grupo objetivo considerado en el proyecto.

El alcance de los resultados y la importancia que tiene para toda la estructura organización representada en la Fundación Alianza Rio Guayas, como parte del plan estratégico de comunicación interna que toda organización debe implementar.

El proyecto ha permitido desarrollar elementos gráficos que la organización requiere como plan estratégico de comunicación interna. Estos

elementos visuales son producto de la aplicación de los conocimientos en herramientas gráficas y bases de la comunicación por lo que facilitó el diseño de piezas gráficas necesarias para la organización de forma interna y externa.

4.7 Alcances

El diseño del plan de comunicación interna consiste en la planificación de acciones y estrategias que sirvan de herramientas en los procesos y procedimientos que se desarrollan en la Fundación Alianza Rio Guayas

De esta manera se deja a un lado todo tipo de actividad monótona y en muchos casos mecánicas dejando a la subjetividad y criterios personales de los colaboradores que pueden conllevar a diferencias y conflictos en los trabajos internos.

El plan de comunicación interna debe lograr armonizar la difusión de información al interior de la Institución y lograr el ambiente propicio para que los programas de inserción del adulto mayor que es la razón de ser de la Fundación, para que sean correctamente difundidos en la comunidad del sector del Guasmo Norte.

Para su diseño es necesario la coherencia entre las actividades que se realizan como transmite y los canales que se deben utilizar para cumplirlos a cabalidad. Con esto se logra la empatía y sinergia en las acciones para

fortalecer la institución. El plan tendrá estrategias puntuales que se convertirán en herramientas facilitadoras para la toma de decisiones de las autoridades de la Fundación Rio Guayas.

4.8 Descripción del usuario o beneficiario

El grupo objetivo considerado como prioridad para la fundación son los adultos mayores, no se considera un nivel de conocimiento o de educación puntual, por lo tanto, el nivel de estudio puede ser de escolaridad o quienes han adquirido un título de nivel superior.

Las personas son habitantes del sector del Guasmo Norte, perteneciente a la Cooperativa Rio Guayas. La ubicación está contemplada en el sector Sur de la ciudad y el nivel socio económico para la fundación no es representativa es una institución sin fines de lucro los programas y proyectos son socializados en convenio con el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES).

En este grupo social, los beneficiarios de los programas y proyecto son personas sin relación de dependencia y como tal la importancia del trabajo de la fundación para lograr la inserción de este grupo vulnerable de la sociedad.

4.8.1 Datos informativos

Usuario o institución: Fundación “Alianza Rio Guayas”

Propuesta: Creación de un plan de comunicación interna para la Fundación

“Alianza Rio Guayas” en la difusión de los programas de inserción del adulto mayor

Representante: Lcda. Rosalía Adalinda Cabrera Carbo

Beneficiarios: Adultos Mayores y comunidad del sector

Ubicación o localización: Provincia del Guayas, Cantón Guayaquil, Parroquia Ximena, Sector del Guasmo Norte, Cooperativa Rio Guayas, MZ. #67, Solar #01.

Misión

Facilitar procesos de capacitación, innovación y educación para mejorar la calidad de vida y brindar nuevas oportunidades para procurar el desarrollo integral del país.

Visión

Fundación Río Guayas será una institución autónoma con talento humano, libre de cualquier ideología, que manejará en base de valores éticos, altos procesos de calidad para promover el desarrollo integral de los seres humanos.

4.9 Etapas de Desarrollo

4.9.1 Análisis del uso de los canales de comunicación interna de la Fundación

- **Tecnologías de información y comunicación.** - Se debe establecer flujos de información con el uso del internet al interior de la Fundación también conocida como intranet y en ella colocar información interna

relevante que permita informar y donde todo el personal que colabora en la organización pueda informarse de los programas, actividades y tareas específicas realizadas por la institución.

- **Reuniones de trabajo.** - Este tipo de actividad es fundamental para la retroalimentación de las autoridades de la Fundación y para el personal, con esto no se pierde la fluidez de la comunicación interna. Estas actividades deben ser programadas por los superiores en jornadas que no interrumpa el buen desarrollo del trabajo principal de la institución. La misma tendrá que ser liderada por la persona asignada para la buena comunicación entre los participantes y que los tiempos de respuestas sean establecidos por igual.

- **Infraestructura visual.** – La institución tendrá que incorporar al interior del espacio físico, equipos como televisores o monitores para que la información sea observada por los usuarios que visitan el sitio y que la información a transmitir sea exclusivamente de las actividades de la Fundación.

4.9.2 Nuevos canales de comunicación

- **Carteles informativos.** - Para lograr una comunicación permanente se implementará espacios en todas las áreas de la Fundación para que todos los colaboradores tengan acceso a información de planificación de actividades y su cumplimiento. A través de la cartelera se manejará

elementos de comunicación visual y motivadoras, es decir, los mensajes a utilizar deben cumplir un fin y que es la armonía y buen ambiente interno.

- Debe ser clara y precisa, pero sobre todo que causen un impacto atrayente de lo que se quiere dar a conocer.

- **Rediseño visual de infraestructura actual.** – Por las actividades que desarrolla la Fundación, se diseñarán elementos visuales que serán puestas en los equipos informáticos, de acuerdo al trabajo realizado en la Institución. Al igual que las carteleras, esta información gráfica deberá tener el mantenimiento y la actualización de forma permanente para que no se pierda el flujo de trabajo planificado y ejecutado. También se debe considerar elementos visuales que deben estar relacionada con la misión y visión de la Fundación es espacios visibles.

- **Informativo digital.** – Con este material se puede informar todas las actividades que generan los programas de inserción de la Fundación Alianza Rio Guayas. Esta información por los contenidos y elementos a diseñar deberá ser difundida de forma mensual para que el personal se informe de acontecimientos, información relevante, logros alcanzados por la institución y de esta manera las autoridades principales se sientan comprometidos e integrados por la imagen institucional.

- **Redes sociales de la Fundación.** –El banner como perfil del *Fan Page* de la Fundación donde permanentemente se ingresará información visual tantas fotografías de las actividades de la institución y de los logros alcanzado en cada programas y actividades realizadas por los adultos mayores.

- **Diseños corporativos.** - La información corporativa mediante el uso de Banners tipo Roll Up o donde se difundirá y promocionará los programas que lleva a cabo la Fundación en beneficio de los adultos mayores del y población del Guasmo Norte y para la difusión de los elementos de cultura corporativa de la institución.

Todas las actividades consideradas en el Plan de comunicación interna para la Fundación Alianza Rio Guaguas tendrá un direccionamiento establecido por las autoridades de la Organización y supervisado por el personal autorizado de esta manera identificar el impacto que tendrá la implementación del presente Plan tanto al interior de la Fundación como en la población del Guasmo Norte.

4.10 Cronograma para el desarrollo de la propuesta

Para este aspecto siempre será necesario, la planificación de las actividades que conllevan a la realización tanto del trabajo de campo como el de oficina y como tal, se requiere de establecer parámetros para los tiempos de desarrollo y ejecución de las tareas.

Tabla 12:

Cronograma de actividades en el desarrollo del proyecto y propuesta

#	DETALLE DE ACTIVIDADES	mar-23				abril-23				may-23				jun-23				jul-23			
		Semanas				Semanas				Semanas				Semanas				Semanas			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Visita a la Fundación.	■	■																		
2	Diseño de herramientas para el trabajo de campo.			■																	
3	Levantamiento formal de información en la Fundación.				■	■															
4	Entrevista a directora de la Fundación.						■														
5	Encuesta a colaboradores							■													
6	Desarrollo de los capítulos teóricos.								■	■											
7	Trabajo de oficina para la tabulación y análisis de los resultados obtenidos.										■										
8	Planteamiento y diseño de la propuesta.												■								
9	Diseño del plan de comunicación interna.													■							
10	diseño y elaboración de piezas gráficas y elementos de comunicación visual.														■	■					
11	Presentación Final																		■	■	
12	Sustentación																			■	

4.10.1 Especificaciones Funcionales

4.10.2 Cartelera Informativa

Son medios de comunicación para compartir noticias, eventos,

acontecimientos sobre diferentes temas, entre lo que se destaca las actividades programadas y planificadas por las autoridades principales en conjunto con el personal que labora en la institución, aspectos administrativos, financieros, eventos, fechas especiales, reconocimientos, entre otros temas de interés internos y del público que llega a la Fundación.

La información utilizada en las carteleras debe ser clara, impactante y con mensajes cortos para que sean leídos y comprendidos rápidamente; sí se requiere publicar un texto largo, el título debe informar de manera general sobre el escrito. Si el texto se acompaña de gráficas o fotografías, éstas deben ser de buena resolución, es decir, que la imagen no sea muy pequeña, opaca o borrosa.

Las carteleras estarán ubicadas en un alto sitio estratégico, es decir, de alto tráfico de personas que están en constante actividad al interior de la institución y que exista un espacio para detenerse a leer. Esta altura deberá estar en relación con la altura promedio de las personas, es decir, a 1,50 m. Teniendo en cuenta el punto o nivel de vista.

FUNDACIÓN "Alianza Rio Guayas"



TALLERES

Ley de adultos mayores

Mal de Parkinson

Nutrición y salud del adultos mayores

Primeros auxilios

Diabétes Mellitus



Guasmo Norte Cooperativa Rio Guayas, Mz: 67, Solar 1
Teléfonos: 042-051379 0980050566 0986593270

GUAYAQUIL - ECUADOR

Figura 12: Cartel

4.10.3 De los elementos visuales con infraestructura existente

Estos elementos corresponden a información que estarán en las computadoras donde trabajan los colaboradores, como son protectores de pantallas o también llamados wallpaper, es importante que las personas durante sus actividades tengan información a la mano de forma digital como es el caso de la misión y visión. Este aspecto es importante, permite al usuario tener claro que esta cultura corporativa es la razón de ser de la institución y un modo de aprendizaje para que el mismo sea multiplicado o replicado a los demás colaboradores y público que asiste a la fundación.



Figura 13: Fondos de pantallas”

4.10.4 Del material informativo digital

Su objetivo principal, informar a todas las autoridades y principales de la Fundación y de forma especial al personal que se incorpora o que ingresan la institución, un documento de fácil lectura en conozcan las actividades que desarrolla la institución y que debe ser difundida al público objetivo, especialmente a los adultos mayores y familiares que lo asisten.

4.10.5 De los diseños corporativos

4.10.5.1 Logotipo o imagotipo



Figura 16: Imagen de la Fundación "Alianza Río Guayas"

En este aspecto la Fundación contará con elementos bases para su presentación como es el logotipo, los colores representativos que serán parte de la línea gráfica de los elementos que formará parte de la estrategia de

comunicación interna y donde elementos serán la prioridad no solo como cultura corporativa sino como imagen e identidad.

El logotipo de la organización es una pieza crucial para la imagen corporativa. Es la identidad por la que los usuarios identificarán su nombre en todas las ocasiones. La imagen referencia y por la que los usuarios la reconocerán y lograr la fidelidad.

Para el caso de la Fundación “Alianza Rio Guayas” el logo corresponde a un Imagotipo, donde los elementos que lo componen son textos e iconos, pero no se funden entre sí, siendo evidente que actúan por separados. Se realizaron mínimos cambios en su diseño, donde solo se incorporó el slogan en el mismo elemento corporativo. Consta de elementos visuales puntuales como son iconos de personas entrelazados, lo que representa el trabajo en equipo y que todas las actividades se desarrollan en armonía.

También representa el amor y el corazón que le ponen los beneficiarios de los programas que ejecuta la fundación y que son integradoras. Sus medidas están establecidas de tal manera que puedan ser utilizadas en todos los recursos que difunde la Fundación y para la cual no sufre modificación en su diseño.

4.10.5.2 Colores corporativos

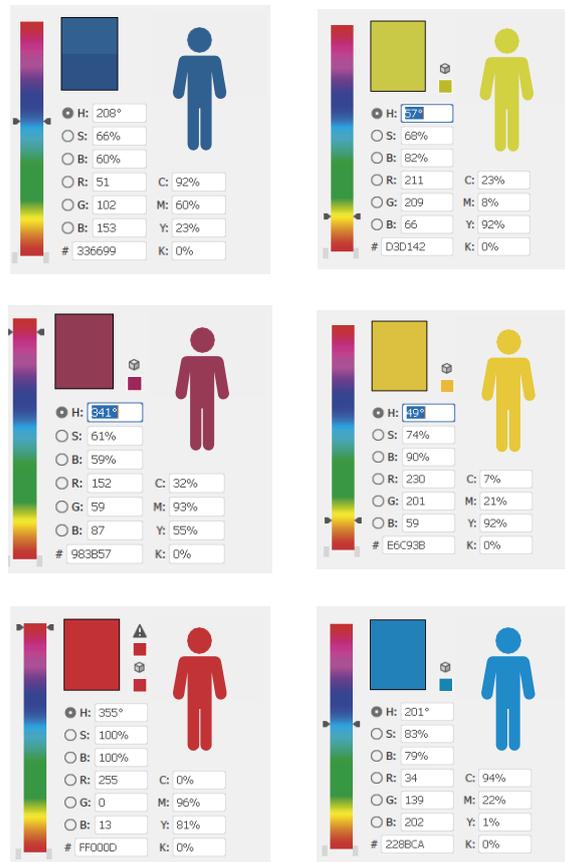


Figura 17: Colores corporativos de la imagen de la Fundación

Es otro de los elementos importantes al momento de diseñar la imagen e identidad de la organización, por lo tanto, es necesario la selección efectiva de los colores corporativos los mismos que deben armonizar y llamar la atención sin llegar a la exageración. Para este elemento se ha considerado modos de color tanto en RGB que son utilizados para monitores y pantallas como CMYK, para los elementos impresos.

El color es un elemento fundamental para la imagen de la Fundación y como tal, es la cultura corporativa con la que tiene que convivir todas las autoridades e integrantes de la organización.

4.10.5.3 Tipografía

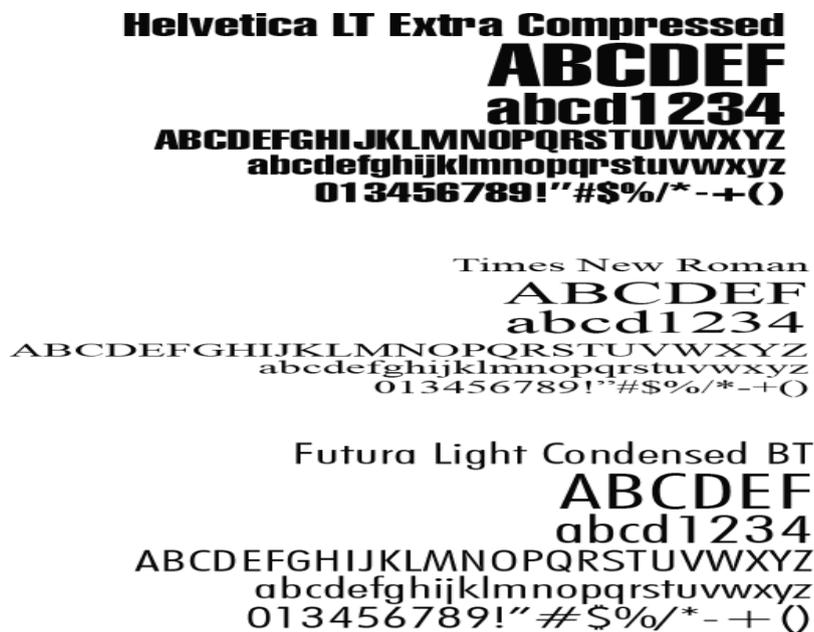


Figura 18: Tipografías primarias y secundarias a utilizar

Será determinante a la hora de elaborar las piezas visuales donde los textos a considerar e integrar deberán ser claros y de fácil lectura. Las fuentes tipográficas tienen características especiales pueden ser vectoriales y mapa de bit, con la diferencia en que las vectoriales no sufren ninguna alteración cuando de las agranda o achican.

Para el presente se utilizaron fuentes tipográficas que serán en los textos de los materiales impresos y documentación interna.

4.11 Especificaciones técnicas

Este aspecto considera las estructuras técnicas de todos los elementos a utilizar, es decir, lo que corresponde a medidas reales para su diseño.

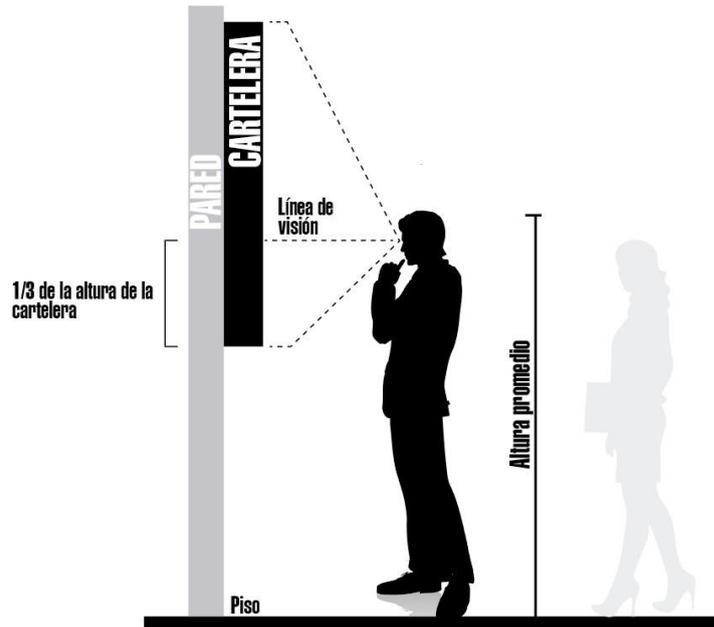


Figura 19: Estructura técnica para la lectura de la cartelera

Para el caso de la cartelera, esta estructura técnica muestra la forma en que se dará la visualización correspondiente de la información que la Fundación maneja y que debe ser conocida por los integrantes de la fundación, así como los usuarios que la visitan y de las personas que son parte de las actividades

Figura 20: Estructura técnica de cartelera modelo 1 en medidas





Figura 21: Estructura técnica de cartelera modelo 1



Figura 22: Estructura técnica para placas de Misión



Figura 23: Diagramación del Fan Page para la Fundación

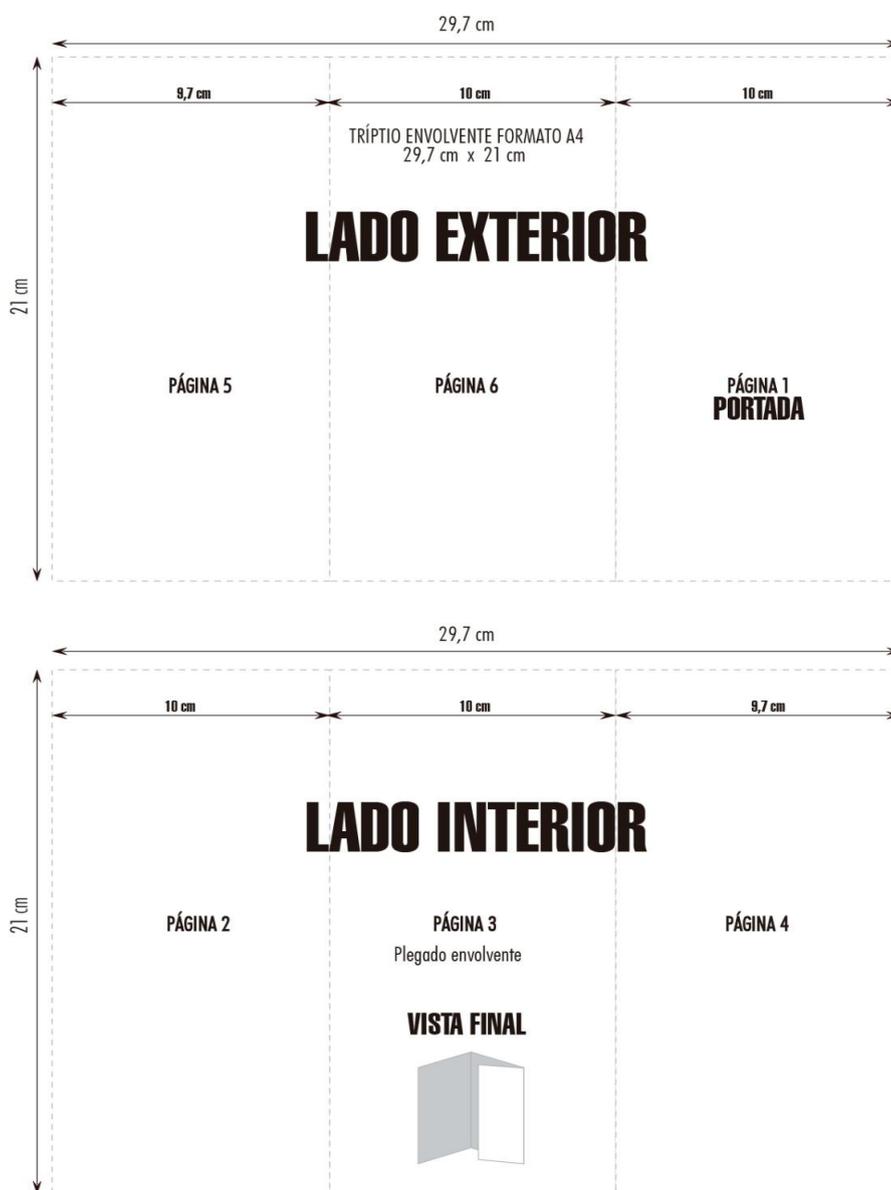


Figura 24: Diagramación de tríptico



Figura 25: Estructura técnica del Banner corporativo



Figura 26: Estructura técnica del Banner corporativo externo para
Elaborado por: Lourdes Ramos Bernardino

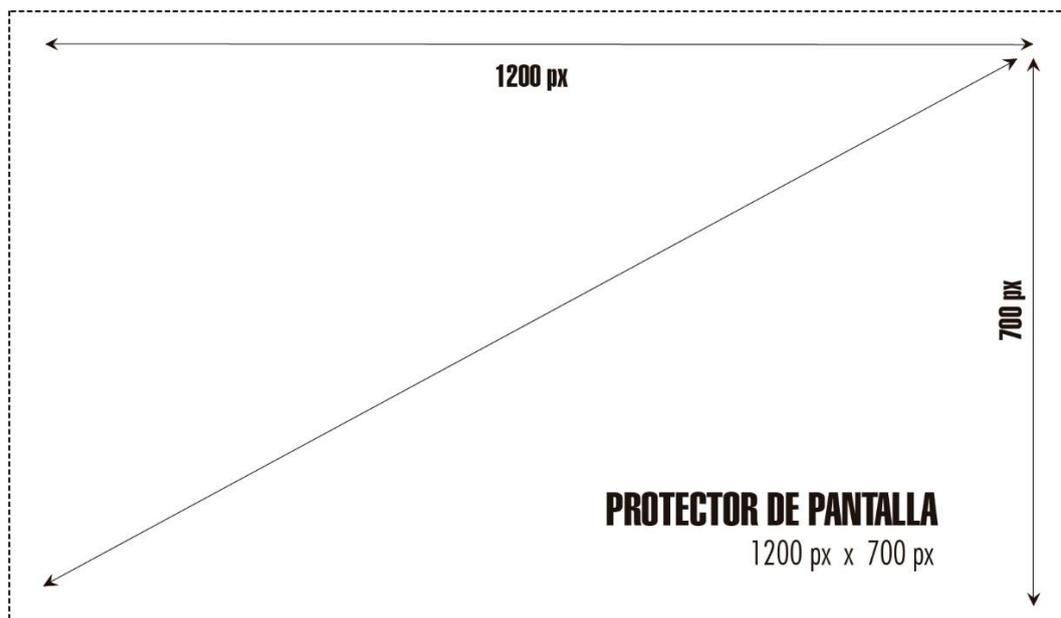


Figura 27: Estructura técnica para protectores de pantallas

4.12.1 Especificaciones de implementación

4.12.2 Ubicación de cartelera informativa



Figura 28: Implementación de cartelera ubicación 1

Este elemento corresponde a un medio propicio e ideal para dar a conocer información de actividades de la organización. Para el caso de la Fundación “Alianza Rio Guayas”, este elemento será utilizado para destacar información interna como circulares, comunicados y actividades, así como los diferentes talleres como parte de los programas que fomenta y desarrolla en beneficio de los adultos mayores.



Figura 29: Implementación de cartelera ubicación 2

4.12.3 Placa Misión-Visión

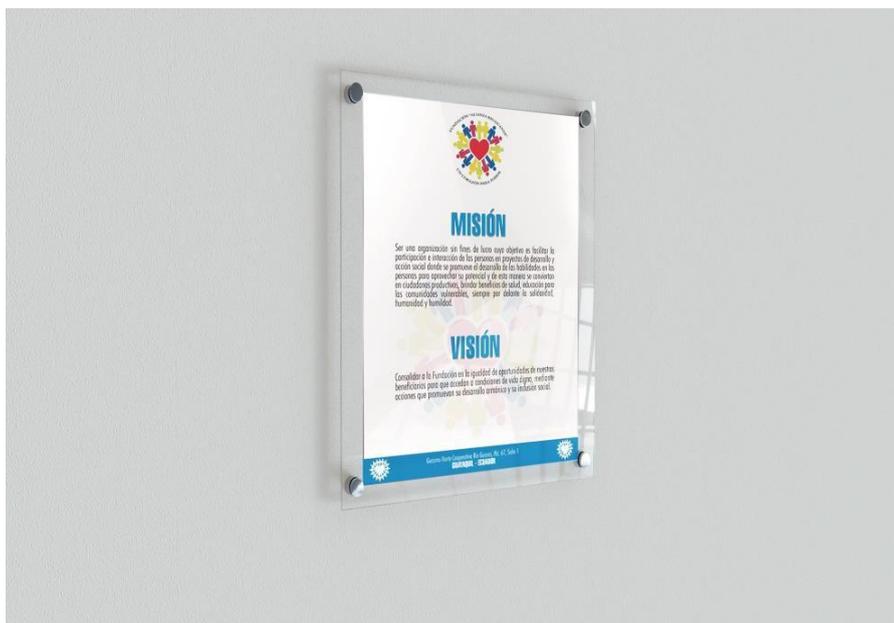


Figura 30: Vista de placa para Misión y Visión de la

Tiene que ver con la base en que se rige la organización por lo que representa la razón de ser de la Fundación y de su existencia, es decir, el por

qué y para qué, estableciendo las directrices y líneas a seguir en el aspecto laboral. Estos dos aspectos corresponden a la parte ideológica encunto a valores y los verdaderos propósitos con la debe articular las actividades a desarrollar por la organización.

4.12.4 Ubicación de la placa Misión-Visión



Figura 31: Implementación de placa Misión - visión

Este elemento siempre deberá estar visible para todos quienes son parte de la organización y están en constante dinámica al interior de la Fundación. Es importante su ubicación, las autoridades principales son

quienes reciben usuarios externos y serán ellos lo que describirán la importancia y seriedad con la que se maneja la institución.

4.12.5 Ubicación Banner en exteriores

Este elemento ayudará a identificar la localización de la Fundación y donde las personas podrán ubicar de una manera rápida hace más fácil el acceso y todos quienes deseen ser parte de los programas que se promueven.



**Figura 32: Implementación de banner corporativo
para exteriores en fachada**

4.12.6 Ubicación Banner interior

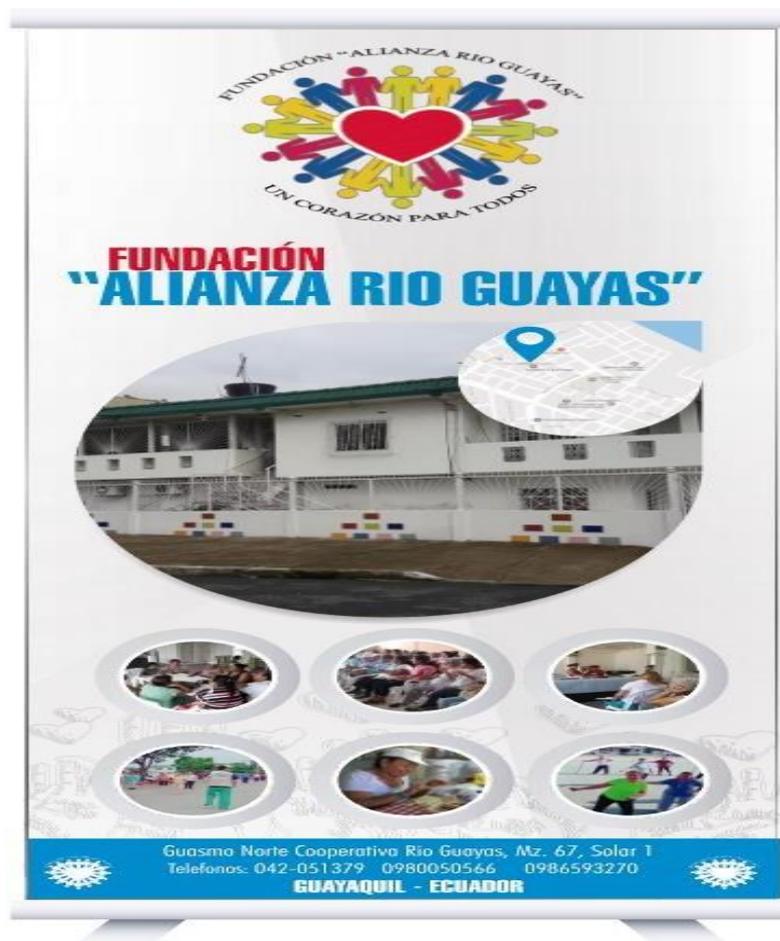


Figura 33: Vista de Banner Corporativo para interior

Este elemento corporativo será muy utilizado por en el interior de la Fundación debe ser visible para quienes de la institución y por quienes participan de los diferentes talleres que se realizan.

4.12.7 Tríptico informativo

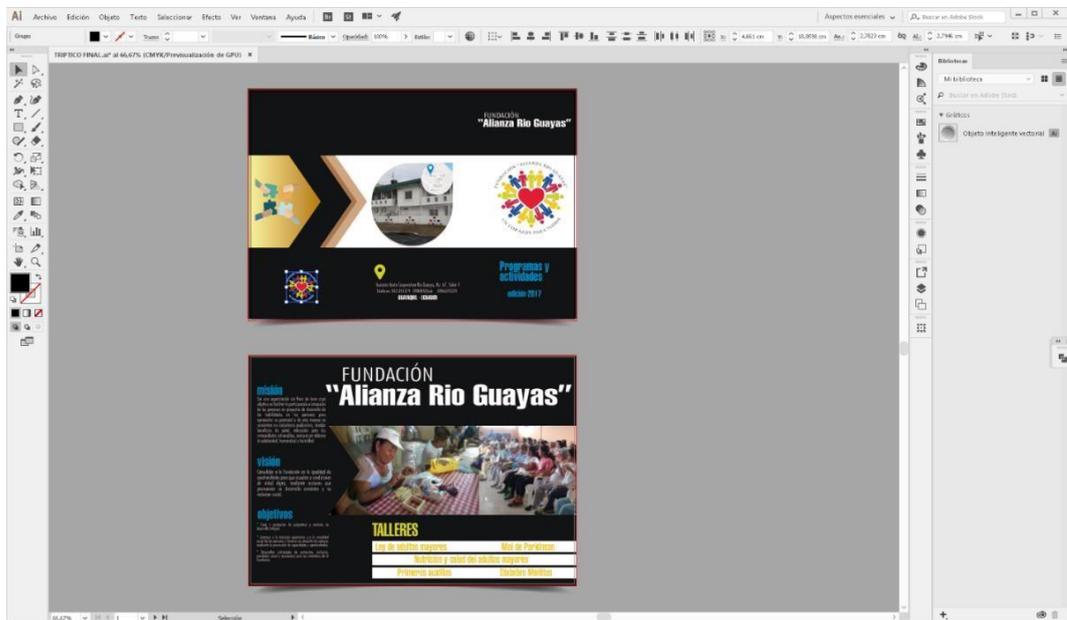


Figura 37: Diseño de Tríptico en Illustrator



Figura 38: Tríptico lado exterior

FUNDACIÓN "Alianza Rio Guayas"

misión
Ser una organización sin fines de lucro cuyo objetivo es facilitar la participación e interacción de las personas en proyectos de desarrollo de las habilidades en las personas para aprovechar su potencial y de esta manera se conviertan en ciudadanos productivos, brindar beneficios de salud, educación para las comunidades vulnerables, siempre por delante la solidaridad, humanidad y humildad.

visión
Consolidar a la Fundación en la igualdad de oportunidades para que accedan a condiciones de vida digna, mediante acciones que promuevan su desarrollo armónico y su inclusión social.

objetivos
* Crear y promoción de programas y servicios de desarrollo integral.
* Construir a la inclusión económica y a la movilidad social de las personas y familiar en situación de pobreza, mediante la generación de capacidades y oportunidades.
* Desarrollar actividades de protección, inclusión, movilidad social y económica para los miembros de la Fundación.



TALLERES

Ley de adultos mayores	Mal de Parkinson
Nutrición y salud del adultos mayores	
Primeros auxilios	Diabetes Mellitus

Figura 39: Tríptico lado interior

4.12.8 Presupuesto

Tabla 13:

Presupuesto para la propuesta

#	CAN.	UNIDAD	DETALLE	PARCIAL	SUBTOTAL
1	1	U	Diseño de logo y elementos corporativos y piezas visuales	\$700,00	\$700,00
2	5	m2	Impresión de Banner Roll Up interiores	\$12,00	\$60,00
3	3	m2	Impresión Banner horizontal exteriores	\$16,00	\$48,00
4	500	U	trípticos papel Couche full color 29,7cm x 21cm diseño abierto	\$0,48	\$240,00
5	12	U	Impresión de afiche misión - visión	\$3,00	\$36,00
6	2	U	Impresión de carteles	\$5,00	\$10,00

7	1	U	Cartelera metálica 100 cm x 70 cm	\$120,00	\$120,00
8	1	U	Cartelera metálica 120 cm x 100 cm	\$190,00	\$190,00
9	1	U	Placa acrílica 29,7cm x 42 cm	\$30,00	\$30,00
TOTAL					\$1.434,00

5. CONCLUSIONES

- ✓ Se detectó la poca aplicabilidad de una comunicación interna eficaz interior de la Fundación por motivo que no ha existido normas internas para la generación de una comunicación y fluidez de información.
- ✓ Existe una estructura organizacional, sin embargo, los elementos claves como la Misión y Visión no están bien posicionadas ni socializadas de forma eficiente con el personal en la institución y como tal un desconocimiento en los lineamientos.
- ✓ No se utilizan los canales de comunicación adecuados, lo que ocasiona diálogos informales entre colaboradores, conllevando a la falta de credibilidad de información y no permite el fortalecimiento de las relaciones directas con los principales de la Fundación.
- ✓ El personal que labora realiza sus actividades, sin embargo, no toda la información de las actividades la conoce al detalle, lo que limita el conocimiento de los proyectos en toda su dimensión y de esta manera

tener claro estos aspectos y poder asistir a las personas que visitan y requieren de información de la fundación.

- ✓ Existe mucha informalidad en la comunicación interna y se deja en muchos casos a la discrecionalidad de los colaboradores el manejo de información e imagen de la Institución.
- ✓ Existen espacios físicos desperdiciados y escasez de infraestructura tecnológica para la difusión de información y soporte a las personas que asisten a los programas de la Fundación.

6. RECOMENDACIONES

- ✓ Analizar la misión y visión actual lo que permita hacer más fácil la comprensión de lo que realmente es la razón de ser de la fundación, hacia donde quiere llegar y en que se quiere convertir.
- ✓ Revisar las funciones de los colaboradores de tal manera que las actividades estén directamente relacionadas con lo que se quiere comunicar y como hacer llegar bien la información al público.
- ✓ Fortalecer la confianza del personal con la finalidad de que estén satisfechos, permitiendo su libertad en el desarrollo de cada una de sus funciones y cumplir con los objetivos de la Fundación.

- ✓ Implementar cada uno de los elementos del plan de comunicación interna propuesto con el fin de lograr fortalecer el conocimiento por parte de todos lo que conforman la Fundación en beneficio del grupo objetivo.

- ✓ Mantener motivado al personal y estos a su vez reflexionen en su actitud y crear en ellos un sentido de pertenencia con la institución.

Bibliografía

- Anoli, L. (2012). *Iniciación a la Psicología de la Comunicación* . Barcelona, España.
- Arias, F. (2012). *Introducción a la metodología científica* . Caracas.
- Asamblea , C. (2008). *Constitución de bolsilo* .
- Bernal, C. A. (2009). *métodos de la investigación Científica, 2da edición* . Mexico: Pearson Education.
- Buenaño, D., & Murillo, H. (2014). *Comunicación 360: herramientas para la gestión de comunicación interna e identidad* . Quito: FCSC.
- Carvajal, K. (2015). *PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA* . Quito.
- Cegarra Sánchez, J. (Metodología de la Investigación Científica y Tecnológica.). 2012. Madrid, España: Ediciones Díaz Santos.
- EcuRed. (2017). *La estrategia de comunicacion interna*. Mexico: Alfa Omega.
- Lara, E. (2011). *Fundamentos de Investigación*. Mexico.
- León, A., & Mejía , S. (2010). *Propuestas de Comunicación interna para la Unidad de Comunicación Social* . Cuenca .
- Martín , F. (2011). *Cuadernos Metodológicos*. Madrid: CASLON S.A.
- Martínez , M. (2012). *La comunicación en la empresa*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Meza, J. (2016). *Comunicación estratégica: diseño de la identidad corporativa. Volumen 2*. Monterrey: Editorial Digital.
- Montero, M., & Rodriguez, D. (2014). *COMUNICACIÓN INTERNA Y GESTIÓN ORGANIZACIONAL EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA MICAELA BASTIDAS*. Perú: Distrito de Iquitos.
- Niño, V. (2011). *Competencias en la comunicación: Hacia las prácticas del discurso*.

Bogotá: Eco Ediciones.

Osorio, S. (2009). *LA FUNCIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA, COMO INSTRUMENTO ESTRATÉGICO PARA MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE EN MADERO Y MALDONADO, CORREDORES DE SEGUROS S.A.* Bogotá.

Portilla , P. (2014). *PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA UNA INSTITUCIÓN DESCENTRALIZADA DEL.* La Asunción, Guatemala.

Raquel . (2013). *La investigación de Campo de Cómo Hacer Un Ensayo Bien.*

ROJAS LOPEZ, M. D., & MEDINA MARI, L. J. (2011). *PLANEACIÓN ESTRATÉGICA FUNDAMENTOS Y CASOS.* Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.

Sanchez , J., & Pintado, T. (2014). *Nuevas tendencias en comunicación estratégica.* Madrid: Esic EDITORIAL.

Sanchez, J., & Pintado , T. (2012). *Nuevas tendencias en comunicación.* Madrid: ESIC EDITORIAL.

Vargas Cordero, Z. (2009). *Sistema de Información Científica Redalyc de La investigación aplicada.*

Wiemann, M. (2011). *La Comunicación en las relaciones interpersonales.* Barcelona: Editorial UOC.

Zapata, L. (2015). *La Estrategia de Comunicación Interna en 6 Pasos.*

